

# 拯救加班族的 PPT 秘籍

诺壹乔 / 著



電子工業出版社·

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

对于大部分职场人士来说，PPT 是个两难选择：既不想成为 PPT 专家，花费太多时间钻研，又不愿意被 PPT 拖后腿，被领导指责或者为此加班。因此，如果能够掌握一些实用的方法或者套路，则能够使工作事半功倍，节省很多精力。

本书从职场 PPT 常见的困境出发，总结了许多思路、操作、呈现方式等方面的套路，例如职场 PPT 有哪些通用的排版方式，如何让文档看上去重点清晰明确，如何安排工作流程才能避免多次返工，本书秉承实用主义，帮助职场人士快速高效地解决职场 PPT 难题。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

## 图书在版编目（CIP）数据

拯救加班族的 PPT 秘籍 / 诺壹乔著. —北京：电子工业出版社，2017.9  
ISBN 978-7-121-32720-9

I. ①拯… II. ①诺… III. ①图形软件 IV. ①TP391.412

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 228616 号

策划编辑：张慧敏

责任编辑：牛 勇

印 刷：

装 订：

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编：100036

开 本：787×980 1/16 印张：14.75 字数：240 千字

版 次：2017 年 9 月第 1 版

印 次：2017 年 9 月第 1 次印刷

印 数：2500 册 定价：69.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 [zltz@phei.com.cn](mailto:zltz@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

本书咨询联系方式：010-51260888-819, [faq@phei.com.cn](mailto:faq@phei.com.cn)。

# 别再为 PPT 加班

## 我知道，也许你并不喜欢 PPT

如今，一份美观的 PPT 逐渐变成商业会议的标配：工作汇报、年终总结、项目投标、产品发布等都需要用到 PPT。而有人看，就得有人做，所以制作 PPT 几乎成为职场人士的必备技能。

我周围有很多 PPT 发烧友，做 PPT 对于他们来说是一种乐趣。但是对于大部分人来说，PPT 只是一项普通的工作任务，谈不上是什么享受或乐趣。在瑞士还出现了一个“反 PPT 党”，其成员憧憬一个没有 PPT 的世界。由此可见，并非人人都享受制作 PPT 的过程。对于普通白领来说，他们既不想因为 PPT 的质量问题而耽误工作，也不想成为 PPT 专家，把很多时间花在钻研 PPT 设计上。把这些需求总结成一句话就是：追求效率，迅速达标。

## 职场 PPT 的“考试口诀”

相信很多人都有这种经历，如果在考试中遇到一道选择题，读完题丝毫没有思路，就会想起著名的考试口诀：三长一短选最短，三短一长选最长；两长两短要选 B，参差不齐 C 无敌。这则口诀显然没有科学依据，但是可以帮你在没有思

路的时候加快进度——这就是行动方案的重要性。

面对职场 PPT，最怕的就是没思路——因为你根本不知道什么时候有思路。而且往往越重要的 PPT 就越容易没有思路，只好坐在电脑前一直发呆。如果有人能够总结出一套“傻瓜式”的 PPT 口诀，那么我们就不用花那么多时间去等灵感和思路了，跟着口诀一步步操作，就可以完成一份中上水平的 PPT。

而这本书将会告诉你一套经过实践检验的 PPT 制作方法：PART 框架。只需要按部就班地贯彻执行，并加以适当练习，就可以高效地完成职场中大部分 PPT 的制作与展示。这套体系帮助众多职场人士提高了 PPT 技能和制作效率，它可以帮你解决以下这些常见的 PPT 问题。

- 为什么总找不到合适的 PPT 模板？
- 最常见的排版模式有哪些？
- 内容抽象空洞，找不到合适的配图该怎么办？
- 如何让文档的重点看上去清晰明确？
- 对于项目展示、人物介绍、竞品对比，有哪些呈现方法？

管理学中有一个经典概念叫作 SOP（Standard Operating Procedure，标准操作规程），可以帮助企业有效控制品质，提高效率。而 PART 框架就像是职场 PPT 的 SOP。如果你是一名 PPT 爱好者，那么 PART 框架可以帮你快速搞定工作中的 PPT，而在业余时间里，你依然可以享受 PPT 设计的乐趣；如果你是一名 PPT 菜鸟，那么这本书可以帮助你建立合理的知识架构，用最短的时间让你在 PPT 制作上达到中上水平。

PART 框架的四个字母，分别代表了制作 PPT 时的四个步骤。

准备（Preparation）：准备素材并确定设计风格；

架构（Arrangement）：从三种核心架构中选择合适的排版；

改造（Remoulding）：根据排版，对于四类素材进行改造；

优化（Tuning）：调整优化，确保文档清晰流畅。

本书将分别对这四个步骤的具体内容进行分析与讲解。



## 读者服务

轻松注册成为博文视点社区用户 ([www.broadview.com.cn](http://www.broadview.com.cn)), 扫码直达本书页面。

- 提交勘误: 您对书中内容的修改意见可在 [提交勘误](#) 处提交, 若被采纳, 将获赠博文视点社区积分 (在您购买电子书时, 积分可用来抵扣相应金额)。
- 交流互动: 在页面下方 [读者评论](#) 处留下您的疑问或观点, 与我们和其他读者一同学习交流。

页面入口: <http://www.broadview.com.cn/32720>



# 目 录

## 第 1 篇 准备工作就是这么简单

---

第 1 章 PPT 模板 .....	3
1.1 为什么找不到合适的模板 .....	4
1.2 举一反三，想怎么改就怎么改 .....	5
1.3 检查模板字体与颜色 .....	8
第 2 章 高效精简文字稿 .....	19
2.1 精简文档内容 .....	20
2.2 复制粘贴更快捷 .....	21
知识点梳理（I） .....	22

## 第 2 篇 四大核心架构，万变不离其宗

---

安安烦恼 .....	26
汉堡包式创新 .....	26
第 3 章 中心架构 .....	28
3.1 “吸引眼球”专用架构 .....	29
3.2 年度目标？工作亮点？这些套路适合你 .....	32
3.3 打造亮点页 .....	34

第4章 上下架构.....	43
4.1 “超大容量”架构 .....	44
4.2 文字太多不用怕.....	46
4.4 项目展示？公司介绍？这些套路适合你 .....	53
4.5 避免页面的“补丁感” .....	58
第5章 左右架构.....	61
5.1 “看图说话”架构 .....	62
5.2 人物介绍？竞品分析？用它就对了 .....	63
5.3 专题：APP 和网页展示 .....	71
第6章 星空架构.....	80
6.1 “调动情绪”架构 .....	81
6.2 突出优势？展示团队？用它就对了 .....	85
知识点梳理（II） .....	91

## 第3篇 改造，让重点更突出

第7章 文字贵在条理 .....	95
7.1 分析文字是梳理逻辑的第一步 .....	96
7.2 突出重点文字，哪招最有用.....	97
7.3 重点文字，别总用红色了 .....	99
7.4 文字不能删？不妨这么办.....	101
7.5 对齐文字，别再猛敲空格键了 .....	103
7.6 示意图，让文字变得生动.....	105
第8章 图片达人炼成记.....	144
8.1 图片使用有哪些常见错误.....	145
8.2 为什么你总是找不到好图.....	150
8.3 图片“傻瓜式”处理.....	169

第 9 章 清晰明确地呈现数据.....	188
9.1 表格优化三部曲.....	189
9.2 数据图优化三部曲.....	193
第 10 章 利用多媒体增光添彩.....	200
10.1 如何优雅地呈现音频.....	201
10.2 如何优雅地呈现视频.....	203
知识点梳理（III）.....	209
 <b>第 4 篇 优化，从哪改起</b>	
第 11 章 PPT 常见错误.....	213
11.1 配色过多或过少.....	214
11.2 内容缺乏板块.....	216
11.3 线条轮廓过多.....	216
11.4 圆角矩形倒角不一致.....	217
11.5 特殊字体.....	218
第 12 章 PPT 流程检查表.....	219
12.1 PPT 制作流程表.....	220
12.2 PPT 完工检查表.....	221
知识点梳理（IV）.....	222
附录 A 关于 PPT 的 12 个问题.....	223

# 第 1 篇

## 准备工作就是这么简单

制作 PPT 有哪些准备工作：搜索模板？整理材料？

这些秘籍你应该知道！

近年来，跑步运动事业迅速发展，周围越来越多的人开始跑步。有的人认真坚持，而有的人则买了装备却很少跑，只是偶尔会出去凑凑热闹。如何判断一个人是坚持训练的跑者，还是像我这样偶尔凑热闹的跑步新手？常见的办法之一就是注意观察这个人在跑前是否做热身运动——如果你发现一个人没有做热身运动就开始跑，那么此人多半是跑步新手。

忽略准备工作可不仅仅是运动时的通病，在制作 PPT 的时候也是一样。花点时间扎扎实实地做好准备工作，对后期的高效工作百利而无一害。在本篇中，我会把烦琐的准备工作适当简化，根据个人经验为大家提供标准化的解决办法。

01

第 1 章

PPT 模板

## 1.1 为什么找不到合适的模板

只要是 PPT 制作水平还不错的人，几乎都被询问过有没有好的 PPT 模板。我也一样，几乎每次打开微信公众号的后台，都会看到好几条询问 PPT 模板的留言。

“诺老师，您知道哪里有适用于数码相机销售人员例会的 PPT 模板吗？”

“诺老师，您有关于丽江旅游景点介绍的 PPT 模板吗？”

“诺老师，下周我们有个初二语文组教师说课比赛，您有模板吗？”

“诺老师，哪里能下载关于加拿大投资移民介绍的 PPT 模板？”

用户对于 PPT 模板的渴望之大，通过百度搜索也可见一斑：在与 PPT 相关关键词的搜索中，PPT 模板的搜索指数常年位居榜首。而哪里有需求，哪里就有市场。互联网上各种 PPT 模板的论坛、网站、公众号层出不穷，无数的 PPT 高手也都加入其中，制作了大量的 PPT 模板。

虽然网上已经有海量模板资源，但是每次我在做培训时，还是有学员过来问我要模板。为什么呢？其实就是觉得模板还不够好。如果你仔细思考上面那些问题就会发现：**大家想要的不是模板，而是和主题完全匹配的模板。**

可是事实上，这种完全贴合主题的 PPT 模板非常难找。因为领域越精确，目标用户就越少，下载量就会越低，这对 PPT 模板作者来说是非常不划算的。所以想要个性化的 PPT 模板，通常只有两个办法：第一，对模板进行针对性改造，例如更改配色风格、增加图标、替换背景等；第二，专门定制模板，例如很多大公司都会在设计品牌 VI 的时候，专门设计一套公司专用的 PPT 模板。

但无论是改造还是定制，技术门槛都不低。不过大家也无须担心，我给各位准备了简单实用的工具：诺记标准模板。有了它，大家今后就再也不用担心模板问题了。



## 1.2 举一反三，想怎么改就怎么改

正如 1.1 节所说，如果想要相对个性化的 PPT 模板，那么最快速的方法就是对模板进行改造。因此，我特别设计了五套原创可定制的“诺记模板”。这五套模板可以随意与各种图片搭配组合，改造成几乎无数种主题的 PPT 模板。

以上这些模板，都是由诺记模板修改而成的（见图 1-1、图 1-2 和图 1-3）。当然，如果你愿意，这些模板中的标题可以随便改，图片可以随便换！此外，诺记模板还具有以下三大优点。

### 使用方法简单

诺记模板风格简洁，适用范围广，制作方法非常简单，一分钟就可以学会。

- （1）打开“视图”选项卡，单击“幻灯片母板”命令按钮。
- （2）在第一张母板中插入一张符合主题的图片，铺满整个屏幕。
- （3）退出母板视图，右击幻灯片，在快捷菜单中选择“版式”命令，即可选择各种母板版式。



图 1-1



图 1-2 /



图 1-3 /

## 四种配色可选

这五套模板每套都包含四种配色方案（红、绿、蓝、紫），涵盖了主流公司的配色。当然如果你愿意，完全可以把配色改成你公司的专用配色。更改配色的方法可以参见 1.3 节。

## 自动更新版式

诺记模板的封面、封底、目录、章节页都会根据主题图片的替换而自动更新，不必逐张反复更改，方便快捷。

在 1.1 节中提到，学员曾向我索要各种模板。以加拿大投资移民模板为例，以前可能搜遍全网都找不到合适的模板。但是如果你有了诺记模板，那么只需 5 分钟就可以做出独一无二的 PPT 模板。下面的模板（见图 1-4、图 1-5 和图 1-6），就是我花了 5 分钟做出来的，用来介绍相关产品再合适不过了。



图 1-4



图 1-5



图 1-6 /

## 如何获取诺记模板？

大家可以关注微信公众号@懒人诺壹乔，回复“诺记模板”四个字，就会收到这套模板的下载链接。

### 1.3 检查模板字体与颜色

在制作 PPT 的时候，搞定模板后，还要检查两项设置：主题字体和主题颜色。这两项设置非常重要，强烈建议大家在 Office 中设置一组固定的字体和色彩。这样在设定好之后，无论在 Word 中还是在 PowerPoint 中都可以使用。

这么做的好处有三个：首先，所有的搭配都是越用越熟练，越用越自如。长期使用同一组颜色和字体可以充分发挥它们的威力；其次，颜色和字体是页面风格的重要元素，在通常情况下不建议大家频繁更换 PPT 的配色和字体；最后，使用固定主题颜色和主题字体，在后期修改时更快捷方便。

具体的设置方法是打开菜单中的“设计”选项卡，单击“变体”组中的“其他”按钮，在弹出的下拉菜单中有“字体”和“颜色”两个选项。你既可以选择软件内已有的组合，也可以在底部选择“自定义颜色”来搭配自己喜欢的字体或颜色组合（见图 1-7）。当然，为了帮你偷懒，我早就把字体搭配和颜色搭配的技巧准备好了。

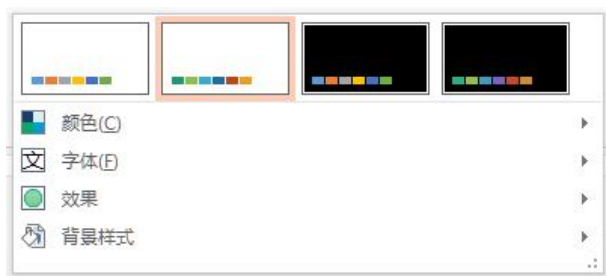


图 1-7

## 五套字体，搞定所有场景

很多公司有自己专门的字体要求，此时你只需要按照公司的要求设置好字体即可。但是如果你所在的公司并没有字体的要求，自己又不想纠结如何选择，那么我总结了五套字体组合，这些字体组合都是系统自带或者可以免费下载使用的。这五套字体基本覆盖了职场中绝大多数的使用场景——从数码发布会到儿童玩具介绍。好了，让我们来看看诺记模板最常用的五套字体组合吧。

### 万能职场字体（见图 1-8）

英文：Arial（标题+正文）

中文：微软雅黑（标题+正文）

这两款字体都属于系统默认字体，只要你用的不是 PowerPoint 2003 版本，基本就都可以找到。这两款字体有两个优点：第一，笔画四平八稳，清晰，便于阅读；第二，加粗与否的对比效果非常明显，便于突出重点内容。大部分 PPT 我都选择这套字体组合。



图 1-8 /

### 万能发布会字体（见图 1-9）

英文+中文：思源黑体（标题+正文）

思源黑体是 Adobe 和谷歌针对中文、日文和韩文推出的开源字体，简直可以被誉为“业界良心”：该字体具有七种不同粗细款式，将其结合使用设计感十足。此外，该字体字库齐全，生僻字也可以完美呈现，不必担心字符缺失。更为重要的是开发这款字体虽然耗资百万元，但是可以免费商用，因此思源黑体也是各大发布会常见的字体。



图 1-9 /



### 高贵质感字体（图 1-10）

英文：Century Gothic

中文：尚雅体（标题）+微软雅黑 Light（正文）

造字工房是国内著名的字体公司，旗下拥有众多颇具设计感的字体。造字工房的字体针对个人（非商用）是免费或者极低价授权的。不过造字工房的字体通常只适用于标题而不适用于大量文字，因此我通常会搭配微软雅黑一起使用。造字工房的尚雅体笔画富有变化，可以营造一种高贵的质感。



图 1-10 /

### 硬朗沉稳组合（见图 1-11）

英文：Impact

中文：造字工房明黑体（标题）+微软雅黑（正文）

Impact 也是系统自带的英文字体，笔画较粗，冲击力强，不过不建议加粗，不然会影响阅读。造字工房明黑体的笔画非常硬朗，适用于体育、军事类 PPT。不过由于其笔画过粗，不适用于大量文字。当正文文字较多时，可以使用微软雅黑。



图 1-11 /

### 活泼可爱字体（见图 1-12）

英文：站酷快乐体（标题）+Arial（正文）

中文：站酷快乐体（标题）+微软雅黑（正文）

站酷字体是站酷汇集了多位设计师耗费巨大精力设计出来的系列公益字体，均可以免费商用，其中的站酷酷黑、站酷快乐体都是我常用的字体。站酷快乐体，非常适合用于儿童类产品介绍。同样的，站酷快乐体仅适合作为标题，当正文文字较多的时候，仍然建议使用阅读体验最好的 Arial（英文）与微软雅黑（中文）。

图 1-12 /



## 如何“一秒换字体”

如何迅速替换整个 PPT 的字体？首先建议大家养成使用主题字体的好习惯。

使用字体的正确方法不是逐个文本框选择字体，而是统一使用主题字体：打开“设计”选项卡，单击“变体”组中的“其他”按钮，在弹出的下拉菜单中选择“字体”命令，然后选择“自定义字体”命令，弹出“新建主题字体”对话框（见图 1-13）。这时候，你可以选择四款字体作为主题字体（英文两款，中文两款）。

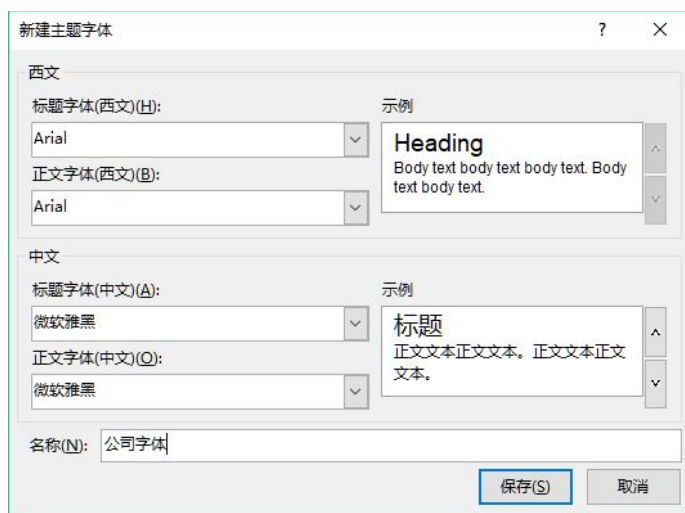


图 1-13

在保存的时候，还可以给这个字体组合起个名字（比如“公司字体”）。保存好的主题字体一直保留在你的电脑上，并且可以在 Word、PowerPoint 中通用。

每次新建 PPT，只需要选择“公司字体”，你会发现文档中默认的宋体都不见了，变成了你设置的字体（见图 1-14）。

如果每个文本框中的字体使用的都是“格式”选项卡中的主题字体，那么只要更换主题字体的搭配组合，整个文档的字体就会对应改变，特别方便。

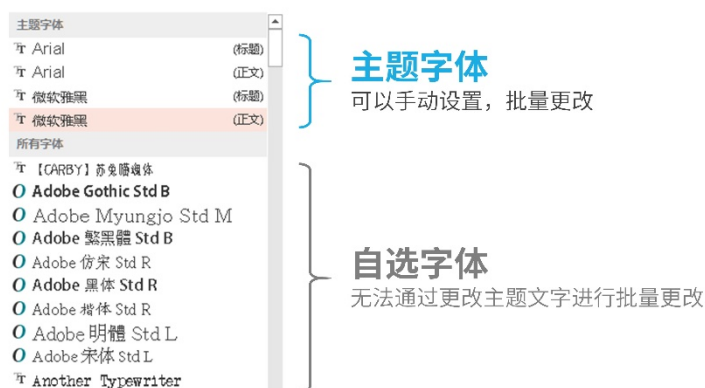


图 1-14

但是如果你手上的 PPT 已经制作完毕，那逐个文本框调整主题字体显然太麻烦了。这时候我们可以在“开始”选项卡的右侧找到“替换”按钮，打开“替换”菜单的下拉菜单，选择“替换字体”。该功能可以把整个文档的某种字体全部替换为另一种字体（见图 1-15）。



图 1-15

## 简单三步，搞定公司配色

色彩搭配是品牌建设中的重要一环，所以和字体一样，很多公司也拥有自己的一套专属的配色。如果你的公司拥有一套精心设计好的统一模板，那么通常也会把颜色一并搭配好。

当然,有些公司的 PPT 模板也不太走心——把封面封底图片一放就算完成了,根本没有搭配相应的主题颜色。这就让使用者感到手足无措:模板本身明明是红色调的,可是色板却是蓝色的,感觉用哪个颜色都不和谐(见图 1-16)。

### 色板颜色不协调,怎么选都不好看



图 1-16

不过不用担心,这里把偷懒秘籍告诉你,三步让你的 PPT 模板符合公司配色。

#### 第一步: 确定主色

想要提取颜色,首先要找到适合的参照物。通常公司都会有 1~2 个主要的颜色,比如可口可乐的红色、星巴克的绿色等。如果不清楚公司的主色是什么,那么可以参考以下材料并从中找到线索。

- 公司已有的 PPT 模板或宣传品
- 公司的官网
- 公司的 LOGO
- 近期主打的产品图片

找到这些图片之后,下一步就是将图片中典型的颜色提取出来。最简单的办法就是 QQ 截图。在我们使用 QQ 截图时,鼠标指针颜色会变为七彩渐变色,同时鼠标指针下方会显示目前位置颜色的 RGB 代码(在图 1-17 中为 232, 76, 34)。这样我们就得到了公司的主色的 RGB 代码。

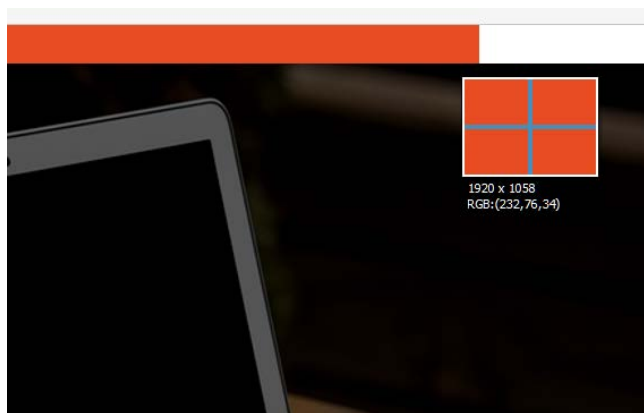


图 1-17 /

## 第二步：找出搭配

登录千图网智能配色 (<http://www.58pic.com/zhinengpeise/>), 在 RGB 板块手动输入刚才获取的三组数字, 然后单击“设置 RGB”按钮。这时网页右侧就会出现与主色最合适的色彩搭配 (见图 1-18)。

如果你希望色彩变得清新一些, 那么可以选择“增加亮度”; 如果你希望色彩显得沉稳一些, 则可以选择“降低亮度”。调整完毕后, 从“最佳配色方案”中挑选 6 种不同颜色, 并将其 RGB 代码记录下来。

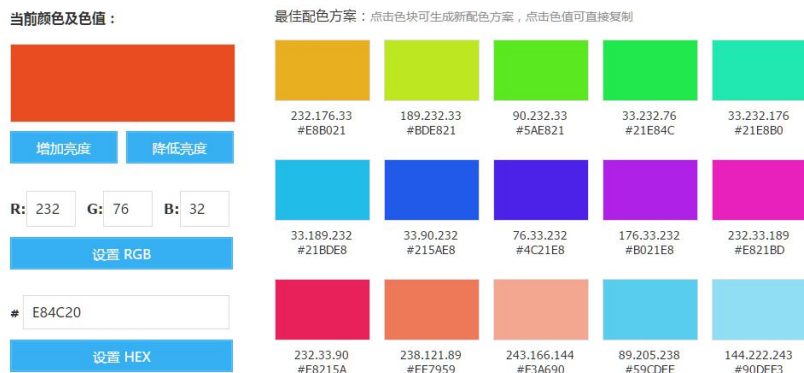


图 1-18 /

### 第三步：设置主题

打开“设计”选项卡，单击“变体”组中的“其他”按钮，从下拉选项中选择“颜色”→“自定义颜色”命令，弹出“新建主题颜色”对话框（见图 1-19）。



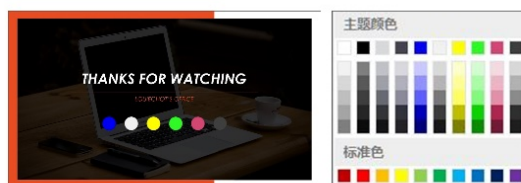
图 1-19

着色 1 到着色 6 为 PPT 中最关键的主题颜色，所以只调整这 6 种颜色即可。从刚才网页上众多搭配好的颜色中选择 6 种颜色，输入其 RGB 代码，然后给这个颜色搭配起一个名字，单击“保存”按钮。

在设置了主题颜色之后，你就有了属于自己的色彩搭配（见图 1-20）。今后再做 PPT，就不用担心色彩不协调的问题了。

## 调整前

色彩与模板不和谐



## 调整后

色彩与模板搭配

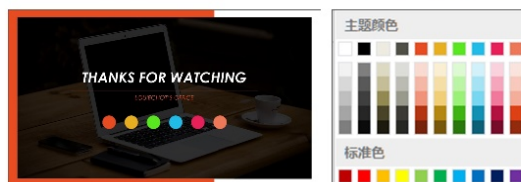


图 1-20 /

02

第2章

高效精简  
文字稿

模板已经准备完毕，但是在正式开始 PPT 美化工作之前，我们还要梳理一下 PPT 的文稿内容，避免后期返工。

## 2.1 精简文档内容

在拆分文档时，建议大家将文字拆成字数在 100~200 字之间的模块。在模块的第一行用汉语中括号“【】”标注将该模块放置在 PPT 的第几页。如果该部分文字需要搭配外部素材，那么也可以用汉语中括号标注出来（见图 2-1）。

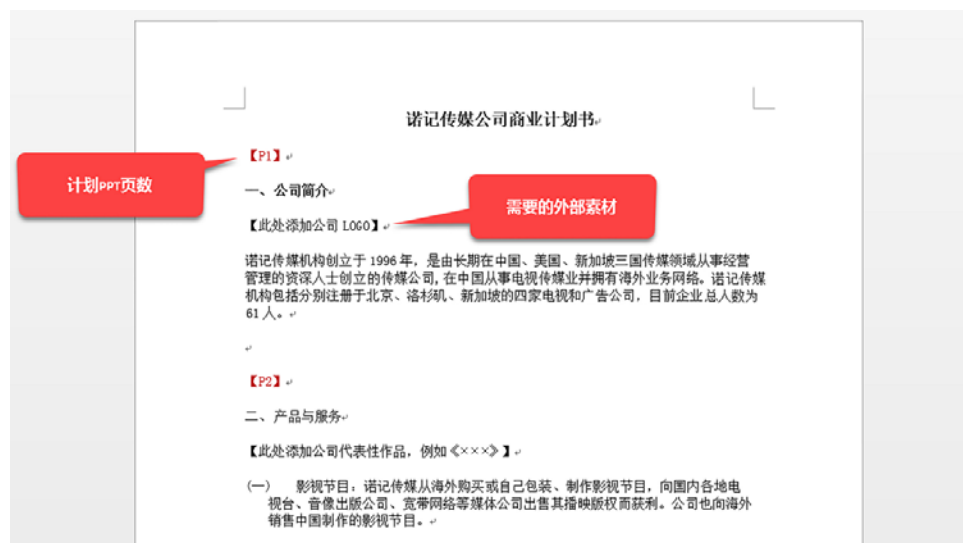


图 2-1

如果你制作的 PPT 比较重要，那么建议在处理好文档内容之后，将相关内容与当事人沟通一次（客户、领导、同事、主讲人）。如果当事人有什么补充的意见，可以一并标注在文档内，避免后期制作好 PPT 之后因不符合要求而返工。



## 2.2 复制粘贴更快捷

在内容梳理完毕之后，下一步就是把文字复制粘贴到 PPT 里了。在制作 PPT 的过程中，免不了要在网上查阅各种资料，有的时候还需要从网页中复制一些文字粘贴到 PPT 中。但是在复制网页中文字的时候非常容易把网页中的图片、广告，或者文字中的超链接也粘贴下来，这样页面就会变得非常凌乱。

把文字粘贴成纯文本有以下两种方法。

- (1) 在 PPT 页面中单击鼠标右键，在快捷菜单的“粘贴”选项中选择“只保留文本”，这样粘贴出来的文字就是不含任何格式的纯文本（或者使用【Ctrl+V】组合键粘贴，在文字的右下角也会自动出现这个选项）。
- (2) 将所有内容粘贴到记事本当中。无论你复制什么内容，粘贴进记事本之后都会去除所有文字格式，把复制的文字变成纯文本（见图 2-2）。



图 2-2

当复制的文字较少时，建议用方法 1；而当复制的文字较多时，建议用方法 2，即利用记事本对文字进行预处理。比如你可以完整地将某个网页中的所有文字全

部选中，复制到记事本。这时记事本内的文字不包含任何图片，只有无格式的纯文本。然后你可以再从记事本中选择所需部分，将其粘贴到 PPT 里。

## 复制粘贴神器：拖曳文本框

在 PPT 里新建文本框有两种方法：（1）选择“插入”选项卡中的“文本框”命令，在页面上单击空白区域；（2）选择“插入”选项卡中的“文本框”命令，然后在页面上通过拖曳鼠标指针形成文本框。虽然这两种方法都可以新建文本框，但是建议在粘贴之前采用拖曳的方式添加文本框。

通过“单击”方式新建的文本框宽度不受限制，但是当粘贴的文字过多时，文本框就会超出页面边界。而通过拖曳方式新建的文本框宽度固定，无论粘贴多少文字，都会自动换行，方便很多（见图 2-3）。



图 2-3

## 知识点梳理（1）

- 在网上下载的 PPT 模板通常是普遍适用的，很难找到细分领域的模板。

- 如果想要个性化的 PPT 模板，那么最方便的办法是对模板进行个性化改造或者定制 PPT。
- 诺记模板是诺壹乔独家原创的可定制模板，只需要一张主题图片，就可以制作出符合特定主题的模板。
- 拿到任何一个模板，在使用前都应该检查文字搭配和色彩搭配是否符合要求。建议大家固定使用一套专门的文字搭配和色彩搭配。
- 关于文字搭配，可以根据需要从五套字体方案中选择一套。如果拿不准，那么可以采用万能的“Arial+微软雅黑”组合。
- 关于色彩搭配，最好遵照公司统一的品牌色彩。如果公司没有统一的色彩方案，那么可以从公司的官网、LOGO、主打产品中寻找灵感。



## 第 2 篇

# 四大核心架构，万变不离其宗

让很多人挠破头皮的排版问题，说穿了无非就是四选一！

## 安安的烦恼

安安是一名 HR，工作中需要把很多公司的规章制度做成 PPT，在员工培训或者会议中进行分享。她在邮件里和我说：

“每次我看您的 PPT 排版既简单又清晰，感觉做好 PPT 其实也不难。但是一回到工作中，面对各种情况介绍和项目规定，我就觉得没有头绪，只会一味地把材料往页面上堆。每次看见自己做的 PPT 都觉得不满意，既不好看也不清晰易懂。每次想美化却都不知道从哪下手……”

安安的苦恼很常见，也是我在培训时遇到的一大难点。PPT 排版是应该根据内容因地制宜的，所以想要快速搞定 PPT 排版，既要找到规律，提高制作效率；又要灵活机动，根据材料不断创新。

## 汉堡式创新

不知道你是否留意，麦当劳每隔一段时间都会推出一两款新品汉堡来刺激消费。从最早的双层黑椒牛肉汉堡到后来的不素之霸汉堡、麦当劳黑白堡、摩洛哥风味板烧鸡腿堡……新品不断推出，从来不重样，可是厨房的操作工艺和出餐速度基本都不会变，兼顾了创新与效率。麦当劳是怎么做到的呢？

其实你去餐厅吃一次就知道，这只不过是对于已有汉堡的微调而已，例如：黑白堡就是把普通面包换成了黑白面包；摩洛哥风味板烧鸡腿堡就是将普通板烧鸡腿堡替换了酱料……而我们制作 PPT 的时候，是否也可以通过“框架不变，内容改变”的办法兼顾创新与高效呢？

答案当然是肯定的。这个框架就是 PPT 核心架构。我根据常见的职场 PPT 内容，总结了四类常用的核心架构。这四种架构各自有不同的特点与功能，稍加调整就可以创造千变万化的排版。表 2-1 介绍了 PPT 最核心的四类架构以及相关的功能和特点，接下来我们会对这四类架构进行详细讲解。

表 2-1

架构名称	架构特点	架构功能	常见场景
中心架构	重点明确	突出重点	抛出问题/突出亮点/提炼结论
上下架构	信息量大	叙述信息	公司介绍/团队介绍/数据图表
左右架构	看图说话	图文混排 平行对比	人物介绍/竞品对比/地图标注/手机界面
星空架构	纷繁复杂	突出丰富或复杂的内容	产品清单/用户反馈/存在问题

# 03

第 3 章

中心架构



作为一名数码产品爱好者，我非常爱看各大手机厂商的新品发布会。因为这样一方面可以看到最新的科技产品发布；另一方面还可以看到各大厂商是如何利用演讲来宣传自己的产品，打动观众的。如今智能手机十分热门，各大厂商竞争很激烈，手机发布会的演讲水平也得到显著提高，发布会用的 PPT 也十分精美。

毫无疑问，这类商业发布会是企业对外宣传的重要窗口，自然花了大量精力打磨 PPT，可以说在一定程度上代表了 PPT 的最高水平——无论是制作技术、多媒体素材还是演讲者的讲述，都经过了短则数周，长则数月的打磨。很多朋友都在感叹：什么时候我才能做出这样精美的 PPT 啊！别着急，接下来我们就讨论一下发布会最常用的架构——中心架构。

### 3.1 “吸引眼球”专用架构

在 2016 年年初，今日头条投放了大批量的公交和地铁广告（见图 3-1），内容十分简单，就是齐刷刷的两行文字，加粗加大。无论是否喜欢，你都可以在 5 秒之内毫不费力地读完这个广告。



图 3-1

不难理解，PPT 页面上文字越少，观众看起来就越轻松。而在很多发布会，为了让内容更加易于阅读，也会采用这种风格。比如以下三张 PPT 都来自于小米 Note 发布会，都是大字大图，清晰易读（见图 3-2、图 3-3 和图 3-4）。



图 3-2 /



图 3-3 /

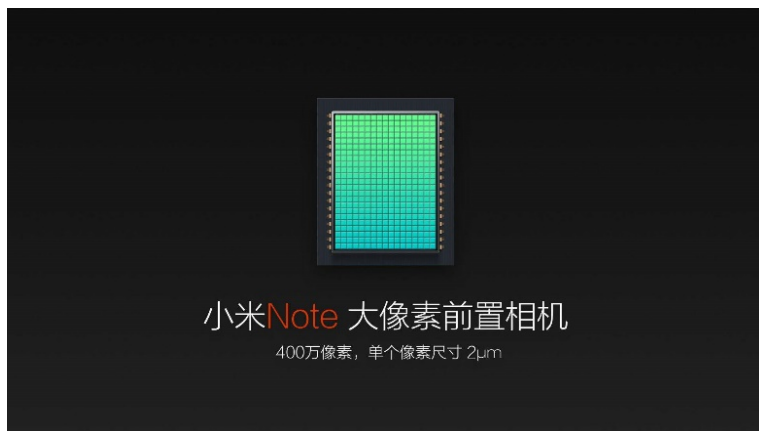


图 3-4

对于这三张 PPT，观众只需要几秒就可以读完页面上的信息，甚至都不会意识到自己什么时候读完的，信息传达效率非常高。这也就是我将中心架构称为吸引眼球专用架构的原因。在如今的商业发布会中，中心架构的页面通常占 80% 以上。

想要做出突出重点、吸引眼球的页面，其实非常容易，只需要注意两大要点：亮点清晰，干扰少。所谓亮点清晰，就是页面的核心信息一定要足够突出：醒目的文字、精美的图片或者两者兼有；所谓干扰少，就是页面上不要有任何与主题无关的信息，只突出惟一的重点，避免观众被干扰项分散精力。

中心架构的内容非常有限，只能放最核心的关键词或关键句。这也是为什么虽然中心架构看上去很高大上，但在实际工作中却很少使用的原因：无论是工作汇报还是年终述职，我们都有大量的细节信息需要呈现。对于职场达人来说，中心架构应该怎么用？请听我慢慢道来。

## 3.2 年度目标？工作亮点？这些套路适合你

正如前文所说，中心架构的特点是吸引眼球、容量小。这就赋予了中心架构一个独特的使命：突出重点。

当观众被大量信息折磨得昏昏欲睡的时候，一张简洁明确的中心架构页面可以迅速让观众眼前一亮，重新振奋精神。回归到实际职场当中，中心架构可以用在如下的三个场景当中：**突出成绩、抛出问题、提出结论**（见图 3-5）。



图 3-5

以工作汇报为例，在汇报中有 3 个要点是需要重点突出的：去年取得了什么成果、工作中还存在哪些问题、在将来的工作中可以如何改进。而这 3 点刚好对应了中心架构的三大功能。

请想象一下，假设在陈述今年工作取得的 3 项重要成绩同时播放以下两页 PPT（见图 3-6 和图 3-7）。如果你是聆听工作汇报的观众，那么哪一页更让你眼前一亮？



图 3-6 /

N

今年3项核心任务

避免了短时间晃电引起的c101停机问题

在历年的运行当中，原料气压缩机(位号c101)在每次外电网晃电时，都会联锁停机，导致整套装置处于停产状态，经发现每次外电网晃电时，UPS无法给c101控制系统提供电源，使c101控制系统在外电网晃电时无法正常工作，这就是c101在晃电时停机的主要原因。经过多方面的讨论研究和交流，最终将c101自带UPS脱离，使用另外一台UPS给c101控制系统提供备用电源。改造后的供电模式，经过今年的几次晃电验证，改造后能够有效避免短时间晃电引起的c101停机问题。

解决了复位IGV继电器引起防喘振阀强开问题

燃气透平的入口导向阀(简称IGV)在近两年的运行当中，会经常出现卡住的现象，当IGV偏差较大时，就会影响透平功率，严重时会造成跳车。我们经过详细地查阅回路图后，发现IGV和c101、c351防喘振阀的供电都在同一个总开关上，于是我们经过多次讨论，最后决定将IGV的供电独立出来，单独对IGV供电。经过改造后，解决了复位IGV引起的防喘振阀强开问题。

解决了HIMA OPC通讯故障问题

自XX年6月检修期间对升级以来，出现了HIMA OPC通讯故障，由于原有的DCS操作系统为Windows XX系统，升级后的DCS操作系统为xp,而HIMA服务器操作系统也是Windows XX系统，未进行升级，因此HIMA OPC软件与操作系统出现不兼容。我们经过多方面的查阅和咨询，最后向abb公司提出了双系统解决方案。经过与abb工程师的共同努力，问题最终得到了解决。

图 3-7 /

答案显然是前者（见图 3-6）。虽然这个页面也许不能描述 3 项任务的细节，但是却可以很好地抓住观众的眼球。观众可以明显感受到中心架构与日常信息超载页面的不同，从而集中注意力，期待后面的内容，这样该页面也就起到了承上启下的作用。

另一方面，由于中心架构页面的内容十分有限，所以也很适合抛出疑问，引发观众共同思考（见图 3-8）——观众根本无法从页面上获得答案或者相关线索，避免了“剧透”的可能性。经过大家思考之后，再说出你得到的结论，更容易获得认同和肯定。



图 3-8

在了解中心架构的三大功能后，下面的技巧可以帮助你做出吸引人的亮点页。

### 3.3 打造亮点页

#### 1. 大小/颜色/粗细对比

用对比增加文字设计感。有的时候许多人会觉得中心架构页面内容太少，通常只有一句话，看上去孤零零的，十分单调。如果你希望让封面标题变得有设计感一些，有一个简单而无比好用的办法：**增加对比**。

对比就意味着要有两个不同元素，所以我们可以把标题从合适的地方断开，成为两部分，并让这两部分产生大小和颜色的对比，页面就一下子活泼很多了。

例如下面两张幻灯片（见图 3-9 和图 3-10），同样的文字，但后者是不是就好看了很多呢？



图 3-9 /



图 3-10 /

不过也不能一概而论：有的时候标题很短，只有两三个字，又或者我们在阅读之后发现标题不存在适合断句的地方。那么这个时候如何应对呢？其实解决方法也很简单：手动添加一行字（见图 3-11 和图 3-12）。





图 3-11 /



图 3-12 /

添加这一行字的目的就是让不同的文字产生大小/颜色/粗细对比，所以这一行字的具体内容其实并不重要。它可以是关键句的副标题，也可以是关键词的英文翻译，还可以是公司的名字，甚至是演讲日期和时间……这些都无所谓，你只要在心里明白，这行小字是让页面产生对比就可以了。

这时候我们再看本章开头小米 Note 发布会的 PPT 页面就会豁然开朗：哦！原来小米也用了文字对比的方法来增加页面设计感啊！



2. 用分散对齐增加质感

在副标题字数较多的时候，可以利用“分散对齐”的办法让标题的排版更好看。比如在图 3-13 中，“顺利完成了公司年初计划”这行文字字数就比较多，在使用分散对齐之后副标题看上去和主标题宽度一致，更加整齐也更有档次。



图 3-13 /

分散对齐的使用方法很简单（见图 3-14）。

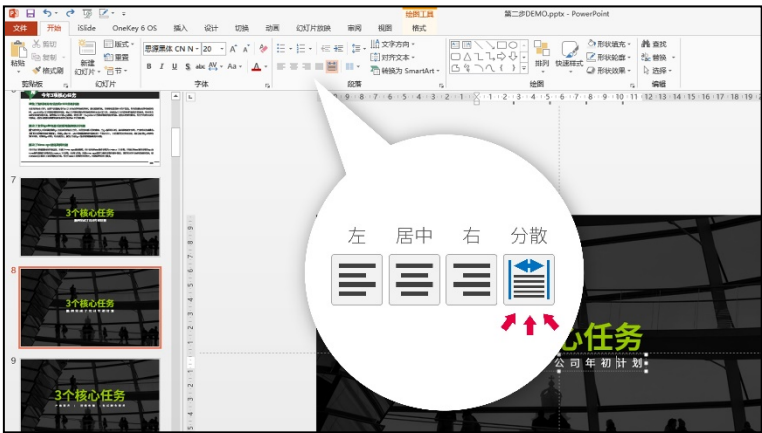


图 3-14 /

- (1) 拉宽副标题所在的文本框。
- (2) 选择对齐方式中的“分散对齐”。
- (3) 将文字适当调小，让文字之间产生一定留白。

### 3. 优雅地放置多个关键词

有的时候我们希望在副标题中包含多个关键词，比如“产能提升”“营销传播”“售后服务提升”。通常会使用项目符号处理这类关键词，但是其实还有更优雅的处理方式：竖线并列法。

如果你在电脑边上，不妨注意一下你的电脑键盘：在【Enter】键上方有一个反斜杠键，同时按【Shift】键和反斜杠键就可以输入竖线符号“|”，通过这个方法就可以很容易地把三个关键词合并为一行，而且比顿号更加优雅。再配合上文提到的分散对齐，就可以做出如图 3-15 所示的页面了。



图 3-15 /

### 4. 用图片增加视觉冲击力

想要亮点页变得更加有吸引力，除了设计文字样式，给页面增加一个背景图也是一个快速有效的办法。好的图片可以增加观众的代入感，并且帮助观众理解页面上的文字，增强说服力。下面我们来说应该如何选择不同类型的图片改编为亮点页。

### （1）纯色图片法

网上很多图片都是纯色背景的专业素材，通常是纯白色或纯黑色背景。在使用这类图片时，我通常会把页面的背景色设置成图片的背景色，以产生“图片无边框”效果。在图文混排时，建议大家把图片放在左侧，把相关文字放在右侧。有必要时可以对图片进行适当裁剪（图 3-16 为原始图片，图 3-17 为补充背景色之后的效果）。



图 3-16 /



图 3-17 /

### （2）全屏蒙板法

当然，并不是所有图片都是纯色背景的。非纯色背景的图片，经常存在的问

题就是图文混排的时候很难看清文字（见图 3-18）。这时候我们可以给图片罩上一个半透明矩形，把文字从图片中分离出来，这样文字就清晰多了（见图 3-19）。



图 3-18 /



图 3-19 /

### （3）让引言摘要更上档次

如果你需要摘录某本书中的文字，或者引用名人的言论，中心架构也非常适合。不过由于引言的字数通常较多，单纯利用对比来增加设计感的方法已经行不通了。此时最简单的处理方法就是在页面上插入一个巨大的引号。

#### （4）引用书本内容

在引用书本内容时，我通常会采用“引号+直线”的办法把整段文字的轮廓标记出来。这样页面看上去十分工整清晰。两个引号都是由单独的文本框输入的，垂直居中排列。将文字的出处放于底部，同样居中排列（见图 3-20）。

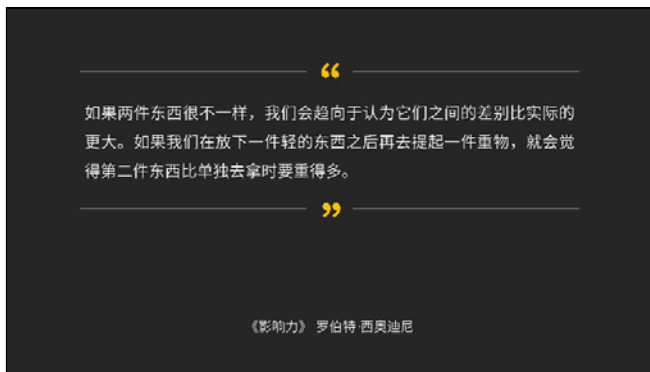


图 3-20 /

#### （5）引用人物言论

在引用名人名言时，最好能找到相关当事人的人物照片。如果能找到纯色背景的人物图，可以把底色和人物图片背景设置成一样的颜色，打造无边框的效果。至于引言部分，可以采用居中的引号加上矩形背景的方式标记范围（见图 3-21）。

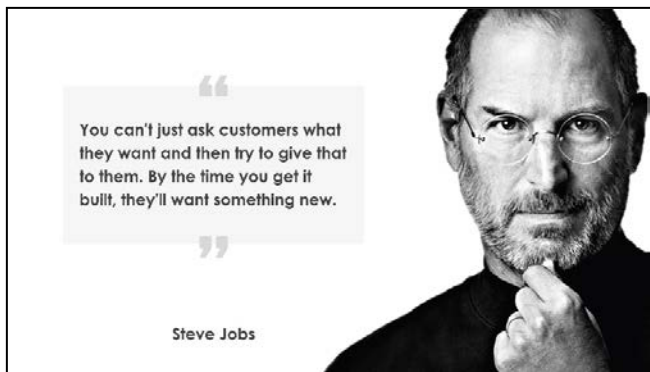


图 3-21 /

如果人物的图片背景较为复杂，那么也可以把人物照片铺满屏幕一侧，在剩余留白的部分放上文字。在引言部分，可以在段首和段尾各缩进一段距离，把单独插入的引号文本框放置在引言前后空白的位置（见图 3-22）。

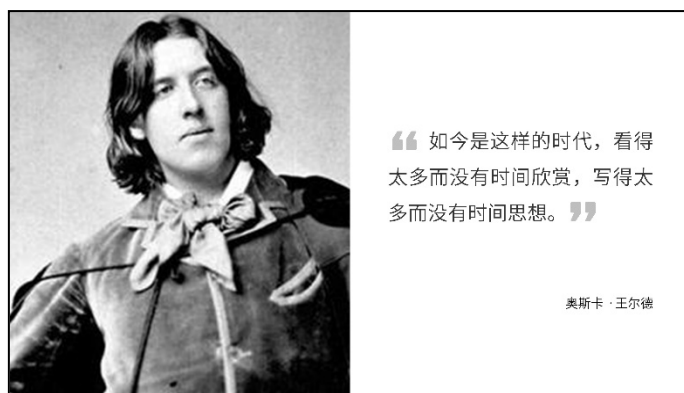


图 3-22 /

# 04

第 4 章

上下架构

虽然利用中心架构制作的亮点页非常精彩，但是在实际工作中，我们能通过亮点页展示的信息非常有限，大部分页面还是要老实地摆放各种各样的工作细节内容，这也是“文字堆砌”和“Word 搬家”的重灾区。所以第二种架构方式，我们来说说兼容性超强的上下架构——这也是我在日常工作中用得最多的架构。

## 4.1 “超大容量”架构

在我们日常工作中，经常会接触到项目介绍、公司介绍等文字内容比较多的 PPT 页面。在把文字搬上 PPT 之后，往往会觉得页面枯燥无味，因此很多人还会在页面的角落里配个图片，但效果也不是那么理想——页面并没有因此变得清晰易懂（见图 4-1）。

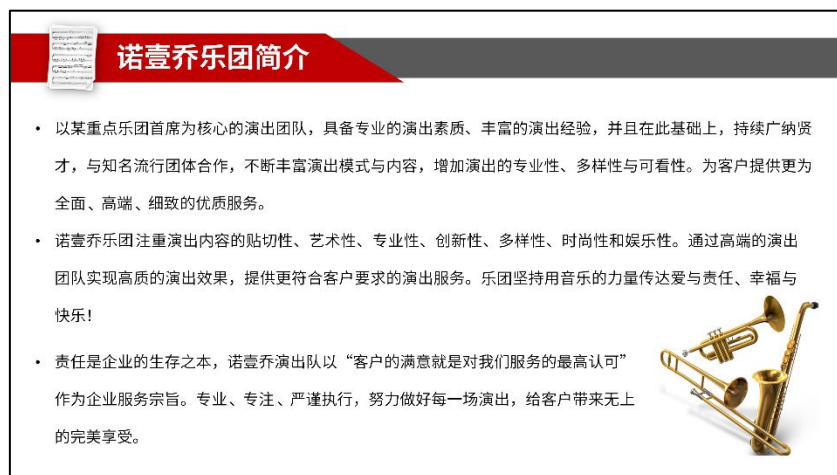


图 4-1

当内容较多、页面太满时，就应该考虑使用上下架构了。所谓上下架构，就是页面除了标题部分，从上到下划分为两到三个板块。为什么把上下架构叫作“超大容量”架构呢？是因为上下架构的兼容性很强，不但可以容纳文字（见图 4-2），



还可以兼顾文字+图片（见图 4-3）、文字+图表（见图 4-4）形式的页面。同时，由于页面的空间得到充分利用，所以可容纳的信息也较多。所以在工作中一旦遇到内容较充实的页面，我就会优先选择上下架构。



图 4-2 /



图 4-3 /



图 4-4

怎么样，这些页面是不是内容也很多，但是却显得很有条理呢？图 4-2 的内容其实和图 4-1 的内容是相同的，但是效果却好很多。因为观众只需要几秒钟就可以明白：这个页面有三个板块，每个板块还有明确的小标题告诉我们该板块的分论点：专业、优质和责任。

因此，如果我们想要掌握上下架构，那么首先要掌握如何划分内容板块。

## 4.2 文字太多不用怕

做 PPT，最害怕的就是满眼全是字。

当一个观众面对满是文字的 PPT 时，演讲者几乎就剥夺了观众选择的权利，观众根本找不到什么是重点，什么是非重点，因此要么不看，要么看完。你猜观众怎么选？肯定选择不看。如果我们将页面划分为若干个板块，就会大大减轻观众的信息超载负担。

下面我们就以一个管理团队介绍页面（见图 4-5）展示如何将密密麻麻的文字页面变得清晰有条理。

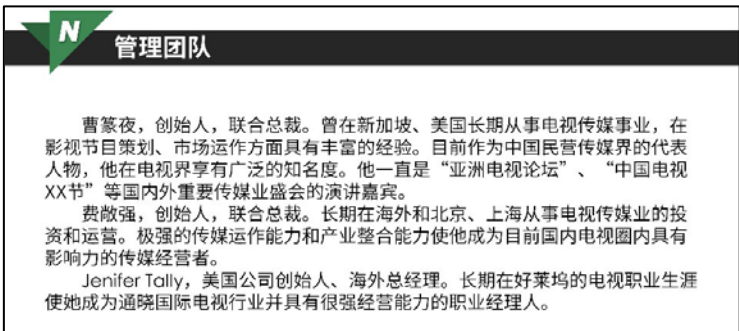


图 4-5 /

1. 文字拆分

想要文字较多的页面看上去井然有序，秘诀就是根据主题划分板块。因此第一步当然就是把文字内容根据不同主题拆分成不同的板块。比如当前页面中，包含了三位高管的人物介绍，那么我们就把文字分为三个文本框，形成三个板块，彼此之间留下一定间距（见图 4-6）。

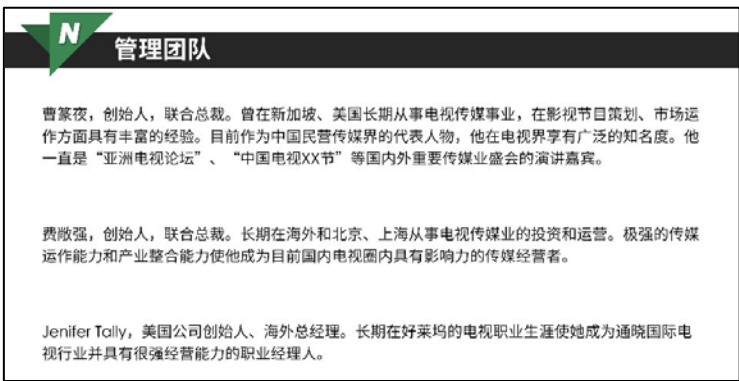


图 4-6 /

## 2. 突出标题

当前的页面，一眼就能看出来是由三个板块组成的，但是每个板块的内容是什么却很难一眼看清楚。解决的办法也很简单：为每一个板块拟定一个小标题，突出显示。因为这页中的文字是人物介绍，小标题内容自然就是高管的姓名及身份。我用圆角矩形的背景作为衬托，让高管的姓名更加明显。同时把正文变成深灰色，进一步弱化正文显示效果（见图 4-7）。



图 4-7

## 3. 图形分割

当前的页面已经很清晰了：页面有三大板块，每个板块都有一个突出的标题。但是我们还可以进一步优化：利用图形，把三大板块划分得更加明确。常见的图形有两个：直线与矩形。于是在本页中，利用浅灰色的直线对于板块进行区隔，让页面更有条理（见图 4-8）。

看到这里，读者可能会觉得，这两条灰色直线加不加好像区别不大。但是事实上，这两条直线的作用可大了。



图 4-8 /

在这个页面当中，三位高管的介绍字数差不多，所以有无直线差别并不明显。可是在实际工作中，我们要用的内容未必有那么工整，有的部分字数多，有的部分字数少。比如，把 PPT 内容稍加修改——增加第一名高管的文字介绍，后两名高管的介绍减少。这时候如果没有直线作为分割，那么观众会觉得右下角有较大的空白（见图 4-9）。



图 4-9 /

但是如果用直线或者矩形把页面先等分为三个板块，再把文字内容放在板块的中部，从视觉上就不会再觉得右下角太空了。所以图形分割很重要，能够让页面内容更加工整，尤其对于字数差异较大的内容（见图 4-10 和图 4-11）。

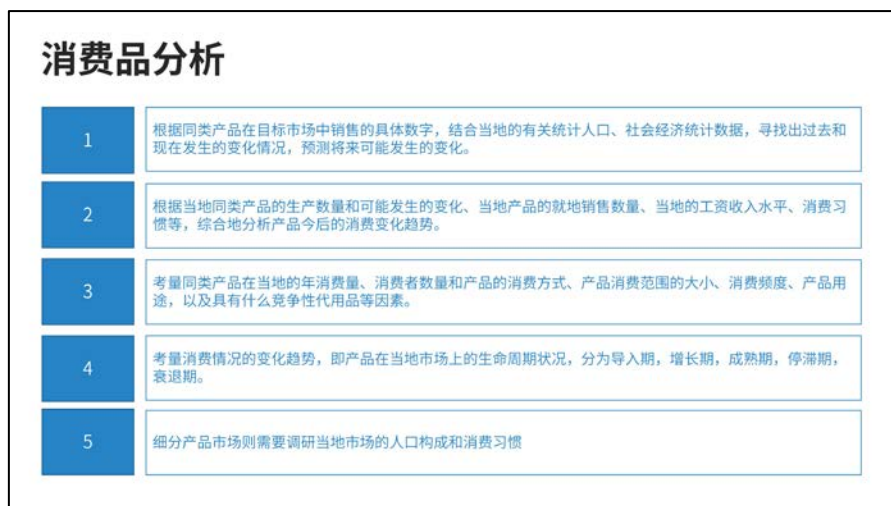


图 4-10 /



图 4-11 /

1. 线条的简化

刚才说到矩形和直线是 PPT 中划分页面的两个重要元素。但是在实际使用的过程中，这两个元素还是有不同的使用场景的。下面这幅作品是学员制作的一份 PPT 页面（见图 4-12），大家在看完之后有什么感受呢？

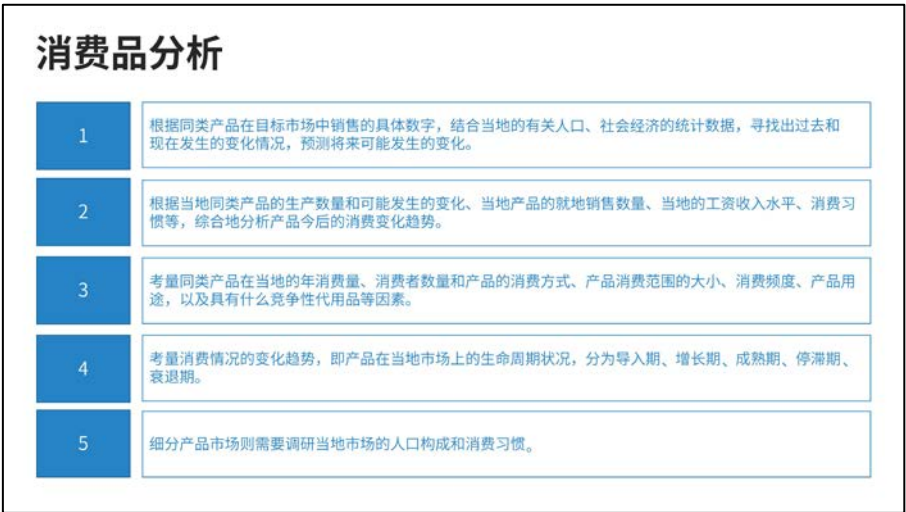


图 4-12

在这份投稿中，创作者使用矩形在页面上划分出了 5 个平行的板块，排版也很工整。可是从视觉上看，总感觉有些乱，内容特别满，怎么才能简化一下呢？

同样是矩形，镂空无背景的矩形因为四周轮廓线十分清晰，视觉上最复杂；纯色矩形因为没有轮廓线所以看上去相对清晰，而直线是最简洁的。因此当你觉得一个页面排版工整但是线条凌乱时，请记住下面这个公式。

简洁程度：直线> 纯色矩形 > 镂空矩形

有了这个公式之后，该怎么修改这个页面也很明显了（见图 4-13 和图 4-14）。



图 4-13 /



图 4-14 /

讲到这里，大家就可以结合文字内容的实际情况选择划分方式了：内容太少，希望页面充实一些——选择矩形；内容太多，希望页面简洁一些——选择直线。

建议在实际工作当中，当板块的数量不超过 3 个的时候，无论使用矩形还是



直线进行分割，都是十分清晰明确的。但是如果板块数超过了3个，采用矩形很可能会出现线条过多的情况，建议利用直线代替矩形对页面进行划分，这样页面就会显得更加简洁和清晰了。

## 4.4 项目展示？公司介绍？这些套路适合你

刚才我们讲了上下架构的主要特点，以及如何给文字划分清晰的板块。下面我们利用工作中的实际场景来讲解上下架构的使用技巧及常见套路。

### 简洁大方的“图文三明治”

项目介绍和公司介绍，是职场当中最常见的文字重灾区。这些页面当中往往充斥着企业的愿景、公司的文化价值观、大事件、公司的组织架构等内容。这些内容通常找不到具体的配图，有没有什么方法可以既清晰又简单地呈现这些信息呢？答案就是“图文三明治”（见图4-15）。



图 4-15

“图文三明治”是我经常使用的一种排版方式：顶部是一个统一的标题栏，中部是一张能够美化页面、渲染气氛的高清图片，底部是关于当前主题的文字内容。这样就形成了一个“字一图一字”的三明治结构。

以这份 PPT 工作汇报为例（见图 4-16），页面的文字内容太多，包含四项内容。这时候第一步就是按照 4.3 节介绍的方法，把页面内的文字内容拆分成多个板块。

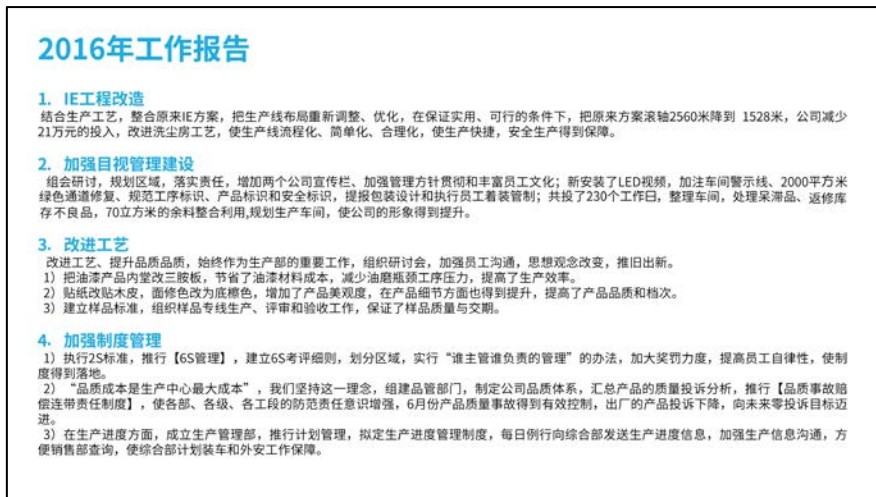


图 4-16

把每一项工作都拆分成了独立板块，并且用直线进行分隔。与此同时，可以把四项目拆分为两页分别呈现，这样页面就有了更多空间可以放置图片（见图 4-17）。



图 4-17

最后只需要找一张与当前页工作任务相关的图片即可。图片放在标题和正文中间，文字信息就得到了分散，观众就不容易觉得信息超载了（见图4-18）。而且在阅读的过程中，观众的视线会从上往下自然地扫过图片，得到放松与休息，再阅读下方数量较多的文字也不会觉得累。



图 4-18

最后，本书第8章8.3节中，还会对“图文三明治”结构的图片选取及处理进行专门的探讨。

## 方便记忆的关键词模块

这时候有的朋友就会说了：我们公司的产品不是实体产品啊，比如服务产品或者理财产品，在排版时很难找到合适的图片。那是不是只能堆文字了呢？那也未必，这里再来介绍一下上下架构的第二个套路：关键词模块。

关键词模块依然是上下分布，只不过把下方的内容板块换成了产品的特点关键词而已（见图4-19）。请看下面这个案例。我在页面中介绍了一款理财产品，由于不好寻找配图。我把文字叙述中的产品核心特点提炼了出来，单独制作了三个独立板块——观众在阅读页面时，可以一眼就看出这个产品的三个核心特点。



图 4-19

在板块中还加入了与金钱相关的 PNG 图标作为装饰（图 4-20）。这些小图标特别适合作为内容板块的点缀。关于 PNG 图标的搜索与使用，请参考第 8 章的内容。



图 4-20

## 示意图与数据图表

除了文字叙述和图片的结合，上下架构也经常用来同时呈现文字叙述和数据图表（见图 4-21）。我建议以“上结论、下图表”的形式排版。



图 4-21

如图 4-22 所示的页面，上方是关于数据的背景及结论阐述，下方是具体的数据表。如果数据图表无法占满整个板块，那么可以在图表一侧放置一些图表的注释或关键词。关于图表的处理可以参考第 9 章内容。

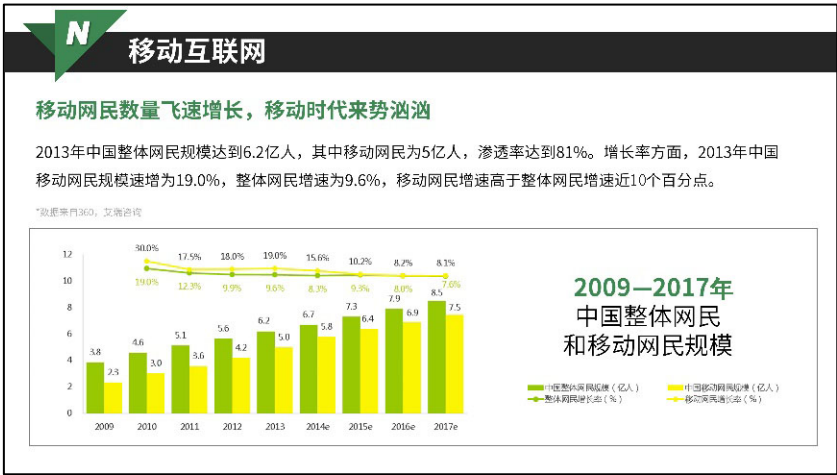


图 4-22

## 4.5 避免页面的“补丁感”

在展示自己的合作厂商时，经常会在页面中加入合作方的公司 LOGO。可是有时 LOGO 的背景与页面的背景无法统一，就会出现这种打补丁的效果（见图 4-23）。



图 4-23

解决方法很简单，给页面添加一个左右贯通的“背景长廊”，从左到右画一个和图片底色相同的矩形（见图 4-24）。使 LOGO 和矩形背景相融合，产生无边框的效果。

如果 LOGO 的背景颜色较多，那么可以利用 PPT 的“设置透明色”功能（PowerPoint 2007 版本以上）和“删除背景”功能（PowerPoint 2010 版本以上）对 LOGO 进行抠图处理。具体操作可以参考第 8 章内容。



图 4-24 /

这种方法也同样可以用于其他图片或图表。在下面这个案例中，页面中有一个品牌价值的数据表格，可是在设计排版上总感觉有些乱（见图 4-25）。

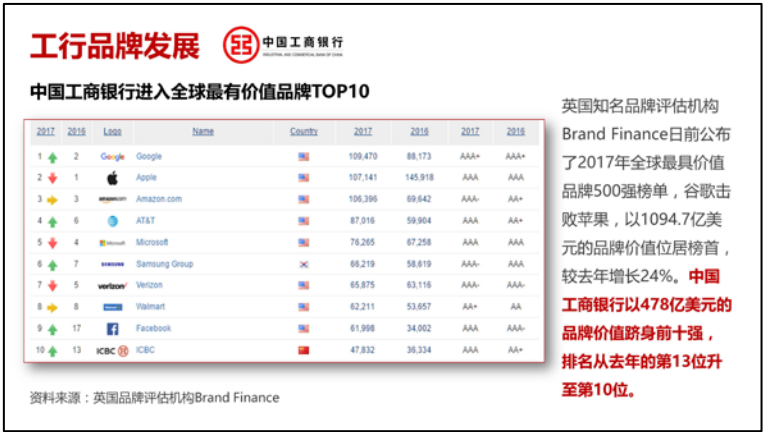


图 4-25 /

于是我也在页面中插入了一个“背景长廊”，颜色选用的是工行标识中的红色。把表格放进长廊之后，右侧会出现一部分空白，于是我把图表的一些背景资料和出处放在空白处（见图 4-26）。这样处理之后，页面的结构变成了标准的上下架构：上标题、中表格、下描述。

## 拯救加班族的 PPT 秘籍



图 4-26 /



# 05

第 5 章

左右架构

上下架构可以处理大部分以文字为主，以图表为辅的页面，但是在工作中还有很多页面是以图表为主、以文字为辅的，比如产品图片搭配细节描述、人物照片搭配人物简介等，这时候就需要左右分布的页面了。同时，在左右分布的页面中，多个板块横向平行摆放，平等并列，也可以用于两者或三者的对比。

## 5.1 “看图说话”架构

如果说上下架构是“给字配图”，那么左右架构就是“给图配字”。下面两个页面来自于凡客衬衫的发布会，是典型的左右分布页面（见图 5-1 和图 5-2）。



图 5-1

上下架构中的图片，通常是用来装饰页面调节气氛的。而左右架构当中，图片是真正的主角，而文字是对于图片的一个解释说明，如产品介绍、人物介绍、工作介绍等。



图 5-2 /

在我们工作当中，有很多场景需要展示图片，在本章会讨论最常见的三个场景：**人物介绍/人物语录，业务拓展/公司分布，竞品分析/优势对比。**

## 5.2 人物介绍？竞品分析？用它就对了

### 人物介绍/人物语录

无论是创业路演还是员工表彰，人物介绍页面都是常见的内容，其也是左右架构的经典页面。在选择人物照片的时候，应尽量选择背景纯净、人物清晰的图片，这样排版出来的页面才能显得高端、大气、上档次。除此之外，在排版时大家需要留意以下三个问题。

#### 背景问题

如果人物图片的背景颜色是纯色，例如纯白、纯黑、深蓝等，那么把 PPT 背景颜色设置成图片背景颜色即可。这样图片就可以和背景完好地融合，很容易得到图片无边框的效果（见图 5-3）。



图 5-3 /

但是如果图片背景杂乱,就不容易看清楚文字,此时处理方式通常有以下三种。

### 1. 裁剪图片

适用范围: 人物偏向无要求 | 背景无要求

将图片中有人物的部分保留,其余部分裁去,放置于屏幕一侧,而文字则摆放于另一侧。在图片与文字之间,可以尝试用一个窄条色块作为衔接,也作为与PPT模板颜色的呼应(见图5-4)。



图 5-4 /

### 2. 铺满屏幕

适用范围: 人物偏向一侧 | 背景较纯净

有的图片虽然背景不是纯色，但是相对比较统一，直接添加文字并不会使观众阅读困难。这时候我们可以直接把图片铺满屏幕，并添加文本框（见图 5-5）。



图 5-5

### 3. 半透明色块

适用范围：人物偏向一侧 | 背景较繁杂

如果需要的话，也可以增加一个半透明色块。增加半透明色块的处理方式与上文所提到的中心架构处理方式类似，在此不再赘述（见图 5-6）。



图 5-6

### 断臂问题

有的时候，由于人物照片的手臂处由于位于边缘被截断。这时如果插入 PPT 中，人物照片则会产生“断臂”的效果（如图 5-7 中红圈位置）。这个时候我们可以将图片向上裁剪一些，让裁剪后的手臂位置更加自然（见图 5-8）。



图 5-7 /



图 5-8 /

### 视线问题

就像当一群人在街上抬头看的时候，你也会不自觉地抬头一样，人物照片的视线也会影响观众的视线（见图 5-9 和图 5-10）。所以应当尽量避免人物的视线看

向幻灯片的外侧——这样会分散观众的注意力。



图 5-9 /



图 5-10 /

## 业务拓展/公司分布

在工作中，凡谈到业务的区域划分，都要用到地图素材（见图 5-11）。所以我给大家准备了地图素材包，在公众号@懒人诺壹乔上回复“地图素材”即可获取。

该素材中的区域地图都是矢量图，简单来说就是：无限缩放不模糊，同时还可以自由更改颜色。而在此之前，还有一个基础知识需要普及，那就是图形组合。

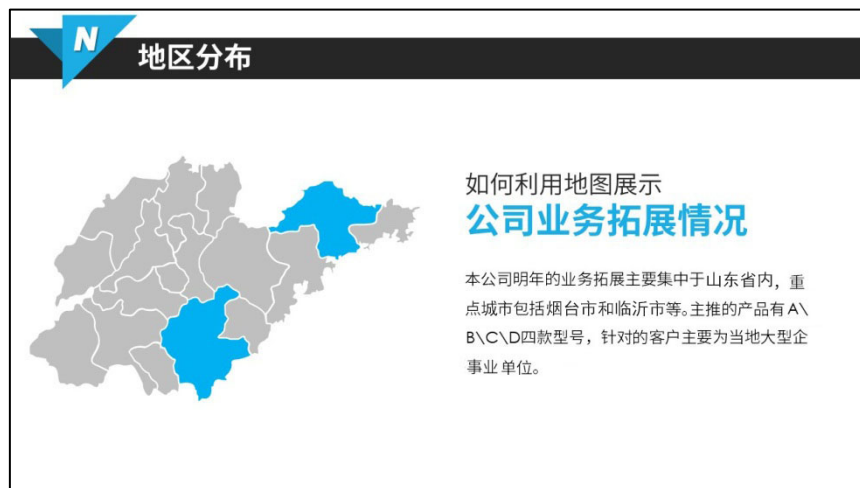


图 5-11 /

当你同时选中两个或两个以上图形时，单击鼠标右键就可以将选中的图形组合起来（见图 5-12）。组合起来的图形无论移动还是放大都是同步进行的。当你想要修改组合内的图形时，必须双击图形。比如你想更改某几个区域的配色，只需利用【Shift】键并双击选中目标区域，更改图形颜色即可（见图 5-13）。

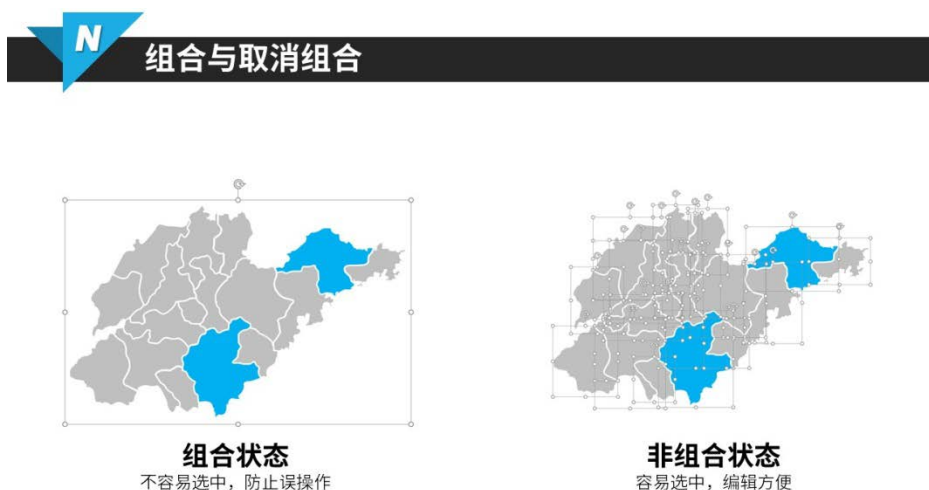


图 5-12 /



## N

## 更改个别区域颜色

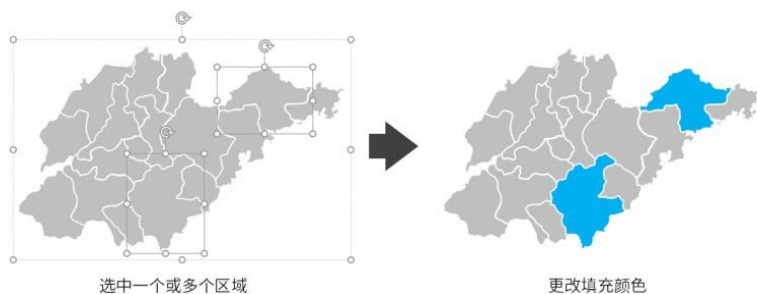


图 5-13 /

如果你想一次性更改多个省份颜色，用【Shift】键逐个选中实在太麻烦了。你可以取消组合，然后用鼠标指针拖曳批量选中，更改完颜色之后，重新组合即可（见图 5-14）。有了这些技巧，相信你可以非常轻松地制作出与地图相关的介绍页面。

## N

## 大范围更改颜色



图 5-14 /

## 竞品分析 / 优势对比

正如前文所提到的，在对比同类物品时，也常用到左右分布的结构。比如我们经常看到在很多产品的发布会上，会把两代产品，或者两类产品放在同一个画面内进行对比，以突出新产品的优势与特性（图 5-15 为小米 Note 发布会的 PPT 页面）。



图 5-15 /

排版的方式也非常简单：将需要对比的产品图片加入页面，从左到右平行排列即可（见图 5-16）。不过需要注意的是，横向分布的板块最好不要超过 5 个，否则每个板块的宽度会变得非常窄，不利于阅读。



图 5-16 /

如果板块数超过 5 个，那么建议改为按规律排列的板块墙。例如在图 5-17 中共有 6 个板块，此时就不适合运用左右分布的办法，最好改编成为 3×2 的板块墙。



图 5-17

5.3

专题：APP 和网页展示

1. 手机截图呈现

如今手机对我们的重要性不言而喻，而 PPT 中需要展示手机截图的情况也越来越多：互联网企业可能要用 PPT 展示 APP 或者移动网页产品；客户经理可能要用手机截图展示聊天记录；就连传统制造业也会运营一些自己的微信订阅号或者服务号。在宽屏的页面上放置竖屏的手机截图，总让人感觉不好处理，有没有什么方便的好办法呢？

## 2. 手机外框素材



图 5-18

手机 APP 介绍的通用架构非常简单：左侧为手机图片，右侧为文字介绍。手机图片也分为两部分：一个背景透明的手机外框和一个界面截图。与文字介绍和界面截图比起来，这个架构中最困难的部分应该就是要如何找到背景透明的手机外框了。

如果你会使用 Adobe Illustration（简称 AI）或者 Photoshop（简称 PS），那么网络上有大量的矢量图素材可供选择。不过如果你不熟悉这些软件，也不用担心，我准备了以下常用的外框素材。

- 安卓手机黑白两款外框（包括黑屏及镂空图片）
- iPhone 手机外框（包括黑屏及镂空图片）
- MacBook 笔记本外框（包括黑屏及镂空图片）
- 电脑显示器外框（包括黑屏及镂空图片）

在公众号@懒人诺壹乔，回复“手机外框”四个字即可下载。下载完毕之后，将相应外框插入 PPT 页面，叠放一张手机截图，调整好位置，就可以制作出美观好看的 APP 介绍页面啦（见图 5-19）！



图 5-19

在该页面中，左侧固定展示手机情况，因此右侧就形成了一个可以上下分布排版的区域。仍然建议把最重要的结论放在中间，顶端是标题，底端是备注（见图 5-20）。



图 5-20

在年终汇报时，如果你的工作内容之一是运营公众号，那么可以把公众号的相关数据放进中间的板块（见图 5-21）。



图 5-21 /

### 3. 多界面展示

对于很多互联网公司来说，展示自己手机客户端的界面可不是一两张图就能够解决的。比如说在介绍某项手机操作时，往往需要展示包括初始界面、操作方式、界面变化等一系列屏幕截图。这时候我们就可以将多个手机外框搭配上截图一字排开，以箭头作为连接（见图 5-22）。如果有必要，还可以在截图上放置一些图标表示操作方式（我常用的是手型鼠标指针图标）。



图 5-22 /

比如在介绍企业自媒体运营时，可能需要同时展示多个平台的界面截图。这

时我们也可以将手机截图与外框一字排开。在这种情况下，通常还需要对各个平台的发展情况做一个简要的概述，形成图文混排的界面。建议以“上文字，下图片”的方式呈现，因为截图的重要信息主要在顶部，所以将截图底部裁去一部分并不会影响观众对截图内容的理解（见图 5-23）。



图 5-23 /

针对最后一种情况，如果你的页面空间有限，不允许多张截图一字排开这种呈现形式，那么也可以将截图重叠摆放，通过添加动画的方式让它们依次呈现出来（见图 5-24）。



图 5-24 /

#### 4. 滚动显示页面

还有一个特殊情况是展示手机的聊天记录，如果聊天记录较多，那么一张一张地连续截图很麻烦，放在 PPT 里也很难排版。一种更好的方法是：利用路径动画，使聊天记录上下滚动。

##### 第一步：手机滚动截屏

现在主流的安卓系统手机都有滚动截屏的功能，例如三星、华为、小米、魅族等。不过使用方法各不相同，在此不再一一列举。如果你用的是苹果手机也不用担心，只需要下载一款叫作 **Tailor** 的 APP 即可实现滚动截屏（见图 5-25）。不过请注意，在滚动截屏的时候，两个截图中间一定要保留一部分重合的部分，以便系统自动识别对齐。在滚动截图之后会生成一张长条图片。

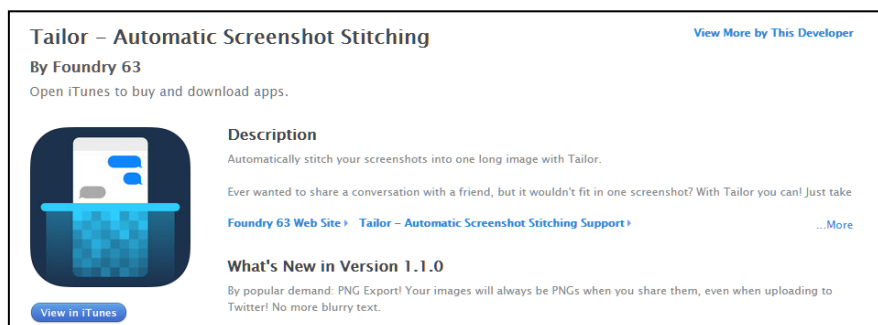


图 5-25

##### 第二步：做好出界遮挡

如果这个时候你将图片直接放入手机框当中，那么你会发现图片会超出手机框，效果非常不好。所以我们必须提前对于出界的部分做遮挡（见图 5-26）。

##### 制作方法

- （1）在手机空白背景上摆放好空白的手机框图片。
- （2）插入滚动截屏的图片，将它放置于手机屏幕上。



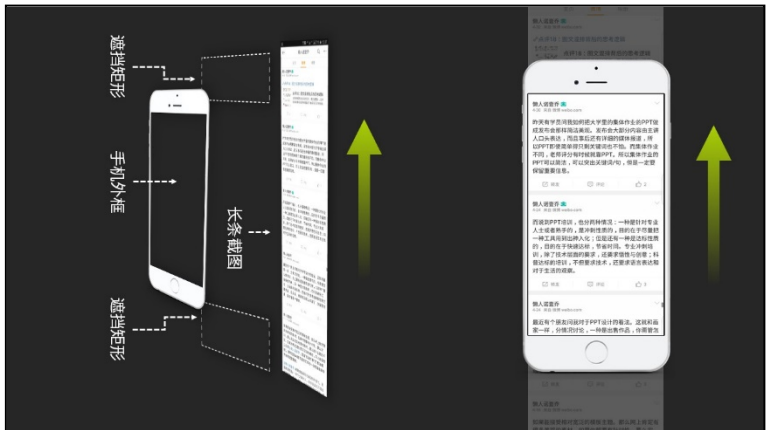


图 5-26

(3) 为手机截图添加向上的路径动画。

(4) 设置动画效果后，将截屏置于底层。

(5) 在手机框图片顶部和底部插入两个和 PPT 背景色相同的矩形，盖住多余的截图，将其放置于手机外框与截图之间。

放映时，只需要单击鼠标，手机聊天记录就会在屏幕区域自然滚动。如果需要多次滚动，则添加多次滚动动画效果即可，从而实现在同一手机屏幕内多页聊天记录的切换。

## 5. 网页截图呈现

和 APP 介绍类似，如果我们需要呈现某个网络媒体上的内容，也可以使用一台显示器或者一台笔记本的外壳，搭配网页截图使用。

常见的架构是上下+左右架构：我们可以把网页分成上、下两部分，上部分为关于截图的核心观点和总结，而下部分则为截图以及与截图相关的描述（见图 5-27）。



图 5-27 /

我接触较多的网页截图就是某产品在网页中的报道或者宣传，所以我会将右侧图片描述中列出相关的媒体公司 LOGO，或者是希望引起观众注意的网页局部放大图。

(1) 左侧为网页截图，右侧为文字介绍（见图 5-28）。



图 5-28 /

(2) 左侧为网页截图，右侧为局部放大图（见图 5-29）。



图 5-29 /

06

第 6 章

星空架构

对于一般职场 PPT 来说：中心架构、上下架构和左右架构已经能满足 90% 的要求了。可是还有一种架构，很难归纳到以上三种体系当中，它就是星空架构。

## 6.1 “调动情绪”架构

什么叫星空架构呢？我们先来看一个生活中的例子。

德国媒体曾经对汽车做了一个耐久性测试，测试的内容是让不同车型的车跑完 10 万公里，然后把车里所有零件拆解出来，大卸八块，察看其零件的耐久性情况。我们暂且不讨论哪个品牌的车耐久性强，先看看这些拆解完的汽车零部件图。

图 6-1 展示的就是拆解之后的奥迪 A6 汽车零部件图。

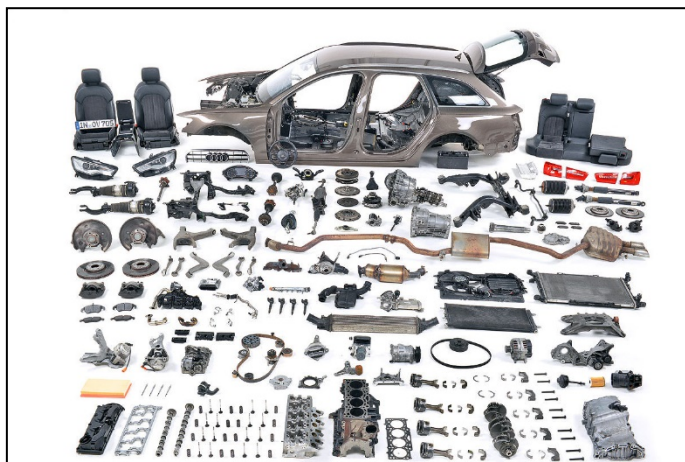


图 6-1 /

相信很多人和我一样，被这么多复杂的零件震撼到了。虽然我们都知道汽车是种非常复杂的机械，但是当这些零件整整齐齐地摆在你面前的时候，仍然会造成视觉冲击感。而在 PPT 中，也有一种看上去无比复杂的排版方式，那就是文字云，这种排版方式看上去复杂、信息量大，且难以看清。这里以魅族 MX5 发布会

中的一页 PPT 举例（见图 6-2）。

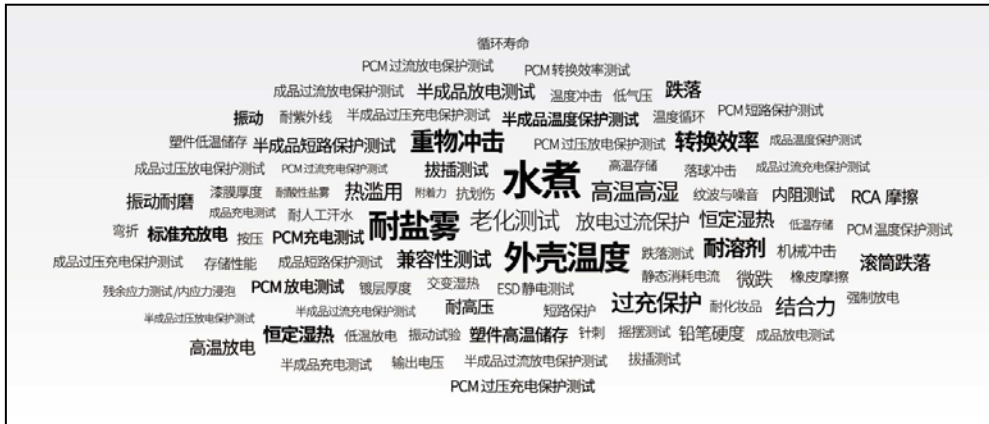


图 6-2

这个页面上的信息是不是没什么条理还很复杂？为什么设计者要把页面做得那么复杂呢？那是因为他希望传递出一个关键信息——我们对产品进行了多达 88 项的检测！PPT 的设计者根本不需要观众看清里面的具体内容，观众只要知道手机的检测项目非常多就可以了。

## 1. 突出繁多与复杂

我把这种架构称之为星空架构，这里说的星空架构，不是指页面上真的要出现星星，而是指页面上的信息呈现分散的状态，就像满天繁星一样：虽然不易看清，但是巨大的数量会带给人一种视觉冲击感。

页面上分散的信息不仅可以是文字，也可以是图标或者图片。比如小米（见图 6-3）和魅族（见图 6-4）在宣传自身智能设备时，都不约而同地用了星空架构，以表现其在智能家居方面的长处。



图 6-3



图 6-4

不过这里需要强调的是，星空架构是无法单独使用的。星空架构的目的是表明信息的繁多，但是观众在短时间内无法消化如此大量的信息，所以星空架构通常是与中心架构配合使用的：**前者抛出难题，后者提出方案**（见图 6-5）。

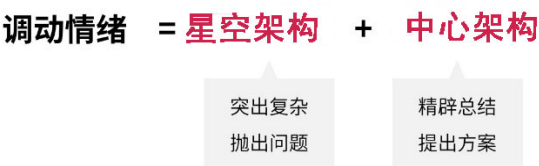


图 6-5

## 2. 星空架构案例分析

一场好的演讲就像一部好的电影，往往能够调动观众的情绪。电影里常用的方法是让各种反派人物危害地球，而超级英雄挺身而出拯救地球。在演讲中，我们也可以遵循这种方法，利用星空架构抛出问题，然后利用中心架构解决问题。让我们来看两个经典的演讲例子，来看看这个套路是如何实际应用的。

### （1）魅族 MX5 发布会

在这场发布会当中，魅族发布了自己的移动电源。而在移动电源的安全性方面，副总裁李楠的演讲就用了两组“星空+中心”架构（见图 6-6），用以阐述移动电源的安全性。最终告诉观众一个精练的结论：我们的充电宝经过了最严格的测试，拥有最完善的保护功能。

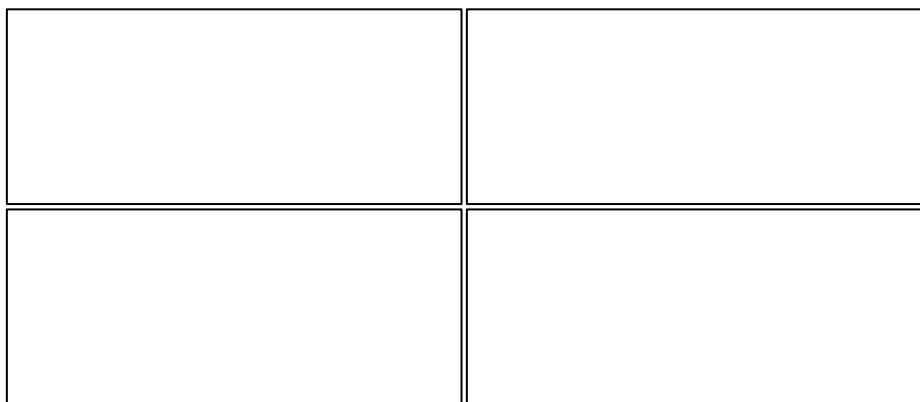


图 6-6 /

### （2）“时间的朋友”跨年演讲

在罗辑思维“时间的朋友”跨年演讲中，也多次出现了这种星空架构的 PPT 页面（见图 6-7）。比如利用星空架构罗列了在 2016 年发生的国内外大事，页面上密密麻麻的文字让观众几乎看不清内容。而后来通过典型案例的分析，主讲人罗振宇得出了结论：创业者眼中只有待解决的问题和尝试解决的办法。简而言之，屏幕上列出的所有事件对于创业者来说都是机会。



在演讲的后期，又用了一组星空架构，呈现了各种各样的小团体和各个小团体中的网红。通过这些纷繁复杂的案例，罗振宇又道出了新的观点：世界是碎的。

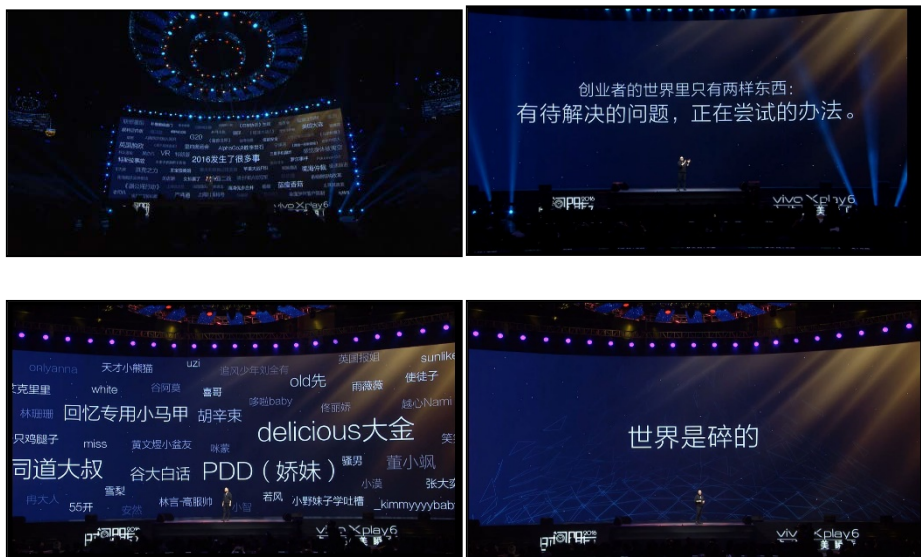


图 6-7

这种分散排布的关键词会给人一种视觉冲击感——观众不会逐一阅读屏幕上的关键词，只会感觉演讲者所说的内容很高深、抽象、专业。如果你要展示某产品拥有众多特色功能，或者能解决众多问题，那么利用文字云将这些要点和盘托出是个好选择。

## 6.2

### 突出优势？展示团队？用它就对了

在工作中，我们希望什么多呢？我总结了一下，主要有三种：合作厂商多，说明公司实力雄厚；解决问题多，说明产品极具价值；团队成员多，说明公司正在不断壮大。而这三“多”刚好就是星空架构的经典使用场景。

## 1. 展示合作厂商

在 2015 年的苹果发布会上，苹果公司推出了自家的支付系统 ApplePay。当时国内的支付宝和微信支付已经比较普及了，所以我对于 ApplePay 的革命并不是很期待，但是当看到这页幻灯片的时候（见图 6-8），我还是惊艳了一下：原来苹果有那么多合作厂商！



图 6-8

其实讲到这里大家都能看明白了，其实这也是苹果利用了星空架构，给观众造成的视觉冲击感而已。虽然这种效果很震撼，但是仔细想想当时 ApplePay 的合作方数量还是比微信和支付宝差远了。如果把微信或者支付宝的合作厂商列出来，那么估计十张页面都放不下，毕竟卖红薯的大姐都能用微信或支付宝支付了。

在日常工作中，也可以用 LOGO 墙来展示合作伙伴。在搜索 LOGO 的时候，应尽量选择白底的图片，并且把多余部分裁去，这样在展示的时候更容易统一大小。如果合作商的 LOGO 较多，则可以将图标之间的距离拉近，让 LOGO 墙有整体感，从而不会显得太松散凌乱（见图 6-9 和图 6-10）。



图 6-9 /



图 6-10 /

LOGO 墙还可以做成矩阵，看上去也很整齐。必要时还可以用直线画出网格线，这样页面就不会显得太空了（见图 6-11）。



图 6-11 /

## 2. 展示团队成员

与在页面上排满合作商 LOGO 类似，如果你在页面上放上员工的照片，也可以实现一种非常强的视觉冲击效果（见图 6-12）。比如 2011 年雷军介绍小米公司团队的时候，就用了这么一个页面（见图 6-13）。



图 6-12 /



图 6-13 /

该页面上方是小米团队员工照片，页面下方是团队的简单介绍。其目的显然不是为了让观众看清每个员工的样子，而是为了让观众真切感受到小米背后庞大的团队力量。而这类页面拼图的方法将在第8章详细讲解，在此不再赘述。

### 3. 展示用户痛点

我们在第6章6.1节就讲到了文字云。文字云的作用就是利用高密度的关键词让观众感觉信息量超载。而工作中，我常用的文字云就是展示用户痛点：把用户最反感的内容做成文字云，让用户看到满屏幕的负面词汇，然后再推出自己的产品，让自己的产品成为救星。

其实制作这种文字云并不难，操作熟练的话，5分钟就可以做出一个文字云。下面来看看具体做法。

(1) 将相关的词汇分别输入到PPT页面内，每个关键词采用一个单独的文本框。

(2) 加粗放大关键词，选择居中对齐，摆放好大致的位置，词与词之间留出一定空白（见图6-14）。

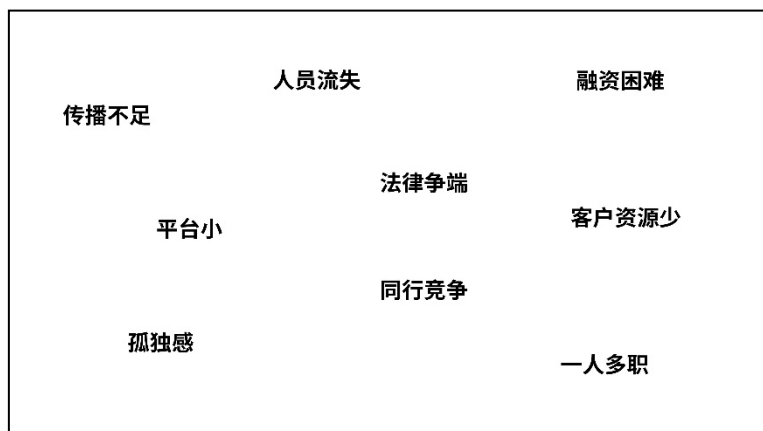


图 6-14 /

(3) 复制并粘贴所有关键词，缩小 3~4 档字号，完成第二层关键词制作。

(4) 重复第三步的操作，完成第三层关键词的制作（见图 6-15）。

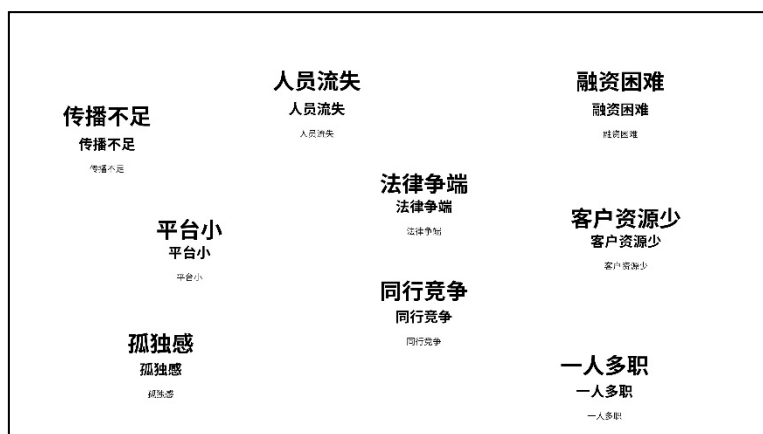


图 6-15 /

(5) 将文本框打乱顺序摆放，调整位置。如果时间允许，还可以调整颜色。

(6) 在屏幕中央空出一片区域，放上你的观点或者问题（见图 6-16）。

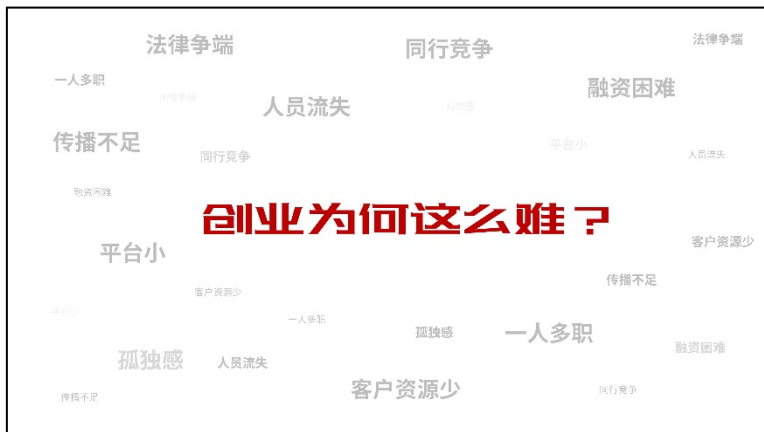


图 6-16

此时此刻，文字云背景给观众形成了复杂、困难的印象，而中央的核心观点或问题比其他任何关键词都突出，所以观众都会对这个核心关键词留下深刻印象。如果后续的演讲以此为线索展开，那么整个演讲就衔接得非常自然。

有很多文字云在线生成的网站，但是经过考察后发现这些网站通常存在 3 个问题：1. 不兼容中文；2. 国内网络访问不便；3. 生成效果可控性差。在实际工作中，我用到文字云在线生成网站的概率极低，故在此不做详细介绍。对于网络情况允许且对文字云兴趣的朋友，推荐阅读@Simon 阿文的《文字云制作全攻略》。

## 知识点梳理（II）

- 中心架构是一种强调重点内容的排版方式。由于其简洁明确、重点突出，经常在各种发布会中出现。
- 在职场中，中心架构主要用于在每个章节收尾时作为亮点页，调节演示节奏，突出核心信息。常见的使用场景有 3 个：抛出问题、突出亮点、提炼结论。
- 利用中心架构制作亮点页时，可以通过增加文字对比、增加文字背景等方

法，让页面更具吸引力。

- 上下架构是一种兼容性很强的排版方式，职场中大部分页面都可以采用上下架构排版。上下架构尤其适合处理内容较多、文字较多的页面。
- 上下架构常用的版式有三种：“图文三明治”结构、关键词板块结构、数据图结构。
- 左右架构是一种常见的图文混搭排版，通常用来制作人物介绍页、产品介绍页、竞品对比页等。
- 在呈现手机截图、网页截图的时候，可以利用手机外框、显示器外框等图片素材，对截图进行场景还原，从而取得非常好的效果。
- 星空架构也是一种信息量特别大的页面，旨在突出信息的纷繁复杂。星空架构常常和中心架构搭配，通过先抑后扬的方式调动观众的情绪。



# 第 3 篇

## 改造，让重点更突出

PPT 中，最常见的信息有哪四种？都有什么套路？这些技巧你应该知道！

第一篇，确定模板，梳理内容；第二篇，搭好框架，确定架构；第三篇，就要对页面中的各个板块进行细节微调和优化了。在这一篇中，我会把常见的页面模块根据内容分类成为四个模块：文字模块、图片模块、图表模块以及媒体模块。我会就不同模块进行详细地讨论。

07

第7章

文字贵在  
条理

## 7.1 分析文字是梳理逻辑的第一步

先看看学员 Berry 的故事吧。和很多公司一样，她所在的公司每个财年的开头和结尾都会有两次大会——动员大会和总结大会。这两类会议都是公司比较重要的会议，所以对 PPT 的要求自然比平时周例会或月例会要高。可是她总感觉自己做得不好，而且领导和同事也不满意，让我帮忙诊断一下。我看了她的 PPT 之后，回信的开头只写了一句话：别让技术上的勤奋掩盖了思维上的偷懒。

为了表示对会议 PPT 的重视，Berry 会花很多时间去寻找高颜值的配图，可是效果总是不太理想。一方面，搜索合适的图片真的非常浪费时间，既要符合当前页面 PPT 的内容，又要高清晰度高颜值，经常一搜就得一两个小时；另一方面，花了这么多精力，领导却觉得放那么多图片，PPT 显得太花哨了。更惨的是有的观众也不买账，因为图片的存在，文字占用的空间就少了，字小了，看不清楚。Berry 很纳闷，在职场 PPT 中，文字内容通常是公司的愿景、目标、经验、业绩和数据等内容。这些内容是较为固定的，所以想让 PPT 变得好看一些，可不就得配图吗？

Berry 的疑惑是普遍存在的，这也就是为什么很多人在复制粘贴完 PPT 的文字之后，直接就开始了配图和动画这些装饰的环节。其实他们恰恰弄错了职场 PPT 的重点。许多人都觉得要想 PPT 好看必须有三“多”：颜色多、图片多、动画多。其实这是一个误区，对于职场 PPT 来说，分析文字的重要性，比搜索图片、编辑动画更重要。

在职场中，并不是每一份 PPT 都需要艳惊全场的。对于日常的 PPT 应该专注于“让观众更快理解内容”。所以制作职场 PPT 应该优先处理文字，有时间再配图，最后再添加多媒体或者动画效果。而这一章，我们就先说说，怎样才能处理好 PPT 里的文字。

## 7.2 突出重点文字，哪招最有用

在进行文字排版的时候，打造文字层次是帮助观众理解页面内容的关键。这就需要突出展示重点内容。在 PPT 当中，强调文字通常有六种方法：改变字体、放大字号、加粗字体、改变颜色、斜体、下划线。

在这几种方法中，我非常不建议大家采用斜体和下划线的方法强调文字，原因是因为这两个方法不仅不能很明显地突出目标文字，反而容易让页面排版显得凌乱。而其他几种方法都是可以使用的。

但是在这些方法中，哪种方法最有用呢？请看图 7-1 所示的图片，你优先看到了哪个词？

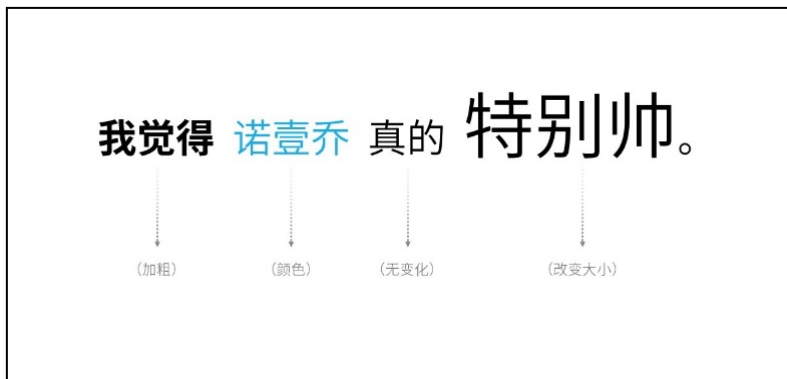


图 7-1

相信大部分读者和我一样，优先看到了“特别帅”三个字，然后注意力会挪到“诺壹乔”上，最后才是“我觉得”和“真的”。虽然整个过程持续时间可能也只有几秒钟，但是我们至少会发现几种强调方式吸引注意力的程度是不同的。

在这几种强调方式当中，最明显的就是放大字号，其次是改变颜色，最后才是加粗。所以如果你想要突出某部分的重点内容，一定要记得一个公式：放大字

体>改变颜色>改变粗细（见图 7-2）。



图 7-2 /

了解了这个公式，再来看看生活中的例子。前一阵味全果汁突然火了，很多朋友发现味全果汁的包装上，除了常规的产品介绍，还会从瓶子上的祝福语中跳出一个字放大大显示。很多顾客在发现了这个变化之后，热衷于用这些瓶子开始拼各种各样的句子：“妈年年多福”（见图 7-3）、“爷爷新年好”、“多多发红包”等。



图 7-3 /

我们回头来看看这个产品的包装，上面既有字体大小变化，也有字体样式变化，还有颜色变化。但是当这些招数同时出现的时候，毫无疑问，放大字体一招

制胜了。

所以请一定记住：把重要的文字放大。

### 7.3 重点文字，别总用红色了

无论是什么公司，无论用什么模板，无数的人都不约而同地把重点文字的颜色调整成正红色。我们来看一个典型案例：在页面当中，正文文字为蓝色，正文的重点毫无意外地被设置成了红色。而底部的备注被设置成了紫红色，备注中的重点被设置成了紫色（见图7-4）。

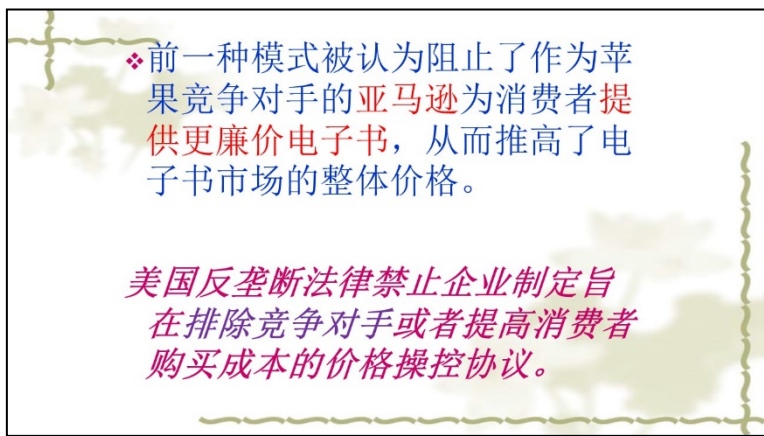


图 7-4

不难理解，当一个页面上出现四种不同的颜色时，无论是对作者还是对观众来说，都是一个沉重的负担。不过我对于这个页面进行了一点小改变，马上就不一样了：我把正文的重点内容改成了同模板一致的墨绿色，把备注中的重点改成了暗红色，颜色少了，重点反而清晰了（见图7-5）。

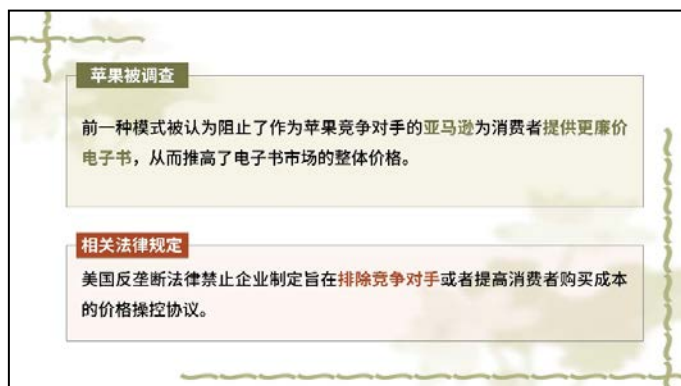


图 7-5 /

这里需要注意的是，在强调文字的时候，一种颜色可以使用两次。就像是篆刻印章时，同一个印可以做出阴文和阳文两种不同的效果。PPT 也是一样，同样的颜色既可以用在文字背景上，也可以用在文字本身上。这就意味着，我只需要一种颜色，就可以在同一个页面中顺利区分大标题和小标题了。

我们来看一个案例：下面这个页面中有一个大标题“诺记全自动种菜机”和一个副标题“源源不断的低价健康有机蔬菜”（见图 7-6）。如何用本节学到的知识美化这个页面呢？



图 7-6 /

如果我们想把这页做得更精简、更有视觉冲击力一些，就需要把不同级别的



文字拉开层次。而突出重点文字最有效的方法是放大字体；其次是改变颜色，尤其是改变文字的背景颜色。根据以上的思路，我们可以把大标题放大，改变文字本身的颜色；把副标题缩小，改变文字背景颜色；精简提炼正文，合并为一行文字。

经过这么处理之后，这个页面就变成了如图 7-7 所示的样子，是不是更清晰易懂了？



图 7-7 /

## 7.4 文字不能删？不妨这么办

在帮领导做 PPT 的时候，最害怕的就是领导甩出一句“这页一个字都不能删！”通常幻灯片上的文字，100~200 字是比较适合的。当文字太多的时候，很容易使观众产生视觉疲劳，放弃观看 PPT。

我们在第 4 章中提供了一个处理过多文字的方法：把文字拆分成不同主题的内容板块。可是有的时候，页面上的内容属于同一个主题，不好拆分成不同板块，那怎么办呢？

如果你爱看杂志的话，那么会发现杂志里很多专栏的设计都很巧妙，知道如何“吸引”读者——先用噱头满满的标题吸引你翻开书，然后等到你翻到文章页

面的时候，生怕你觉得文章字数太多，设计师通常会在标题和正文之间加上一组摘要，把整个文章当中最精华，最能够引发读者兴趣的部分提取出来。于是读者读完标题再读摘要，读完摘要再读正文，层层递进。

而我们在做 PPT 时，也可以运用这个思路——把同一主题的文字划分成正文、摘要与备注，通过“三段式排版”的方法让文章更易于阅读。

如图 7-8 所示的页面就是一个典型的例子，页面上有大量的文字。在不精简文字的情况下，我们仿佛很难对页面进行优化。但是如果学会了三段式排版，事情就变得简单了：从文章正文中提炼出一些精华内容，即摘要。把摘要的文字放大，放置于标题和正文之间（见图 7-9）。



图 7-8 /



图 7-9 /

这么改编完之后，观众一下就觉得轻松了很多，毕竟不用把页面上所有文字都读一遍了。读读摘要，然后听主讲人讲就可以了。

这个时候有的朋友就有疑问了：修改后的页面中，小字比以前更小了，观众在看投影的时候根本看不清啊？

这个问题非常好。老板之所以特别提出“一个字都不能删”的要求，通常是因为这份 PPT 不光搭配演讲，而且在演讲后还有存档价值。演讲时三段式排版的小字可能导致观众看不清，但是他们可以倾听主讲人的讲述。而在他们单独查看电子文档的时候，这些文字在显示器上是可以被顺利阅读的，也就不存在问题了。

## 7.5 对齐文字，别再猛敲空格键了

有的时候我们输入的文本包含多个栏目的信息，比如在下面这个页面中（见图 7-10），不同教授的姓名、专业和学校就分别位于三个不同的栏目当中。



张强教授	物理学	北京大学
李建国教授	生物化学	清华大学
欧阳超峰教授	公共事业管理	交通大学
刘达教授	非织造材料与工程	理工大学

图 7-10

通常这种结构都是利用表格制作的。但是有的时候把文字转换成表格费时费力，在时间有限的情况下很多人更愿意在文本框中实现这种效果。

在实际工作中，许多人会利用手动按空格的方法，调整不同栏目之间的留白空间。但是我们可以从图中看到，由于不同栏目的字数有些许的差异，所以不同栏目之间留白的距离是不等的。如果有种方法可以帮我们自动调整对齐文本多好。其实方法非常简单——用【Tab】键。

【Tab】键是 tabulator（制表键）的缩写，相信很多朋友几乎从来不使用这个键。但是在处理多栏目文本的时候，这个键非常管用，因为它本身的作用就是利用制表符绘制“没有线条的表格”。

在输入文字的时候，系统会自动把文本框划分成若干个隐形格。无论你在第一格写了多少字，只要按一下【Tab】键，就统一跳到下一格的位置重新开始。如果觉得跳跃的距离不够，可以再多按 1~2 次【Tab】键。总之使用【Tab】键会比手动按空格键调整间距方便、容易得多，建议大家也试试。

如果觉得按【Tab】键跳跃的距离太远，那么可以在顶端标尺处缩短制表符的位置。这样每次按【Tab】键跳跃的距离就会缩短了（见图 7-11）。

图 7-11

在利用【Tab】键调整文字位置后，还可以稍微调整一下行间距。最后还可以画上几条直线作为分割。这样不但看上去清晰整齐，而且由于所有的文字在一个文本框内，后期需要修改或者复制、粘贴时也很方便（见图 7-12）。

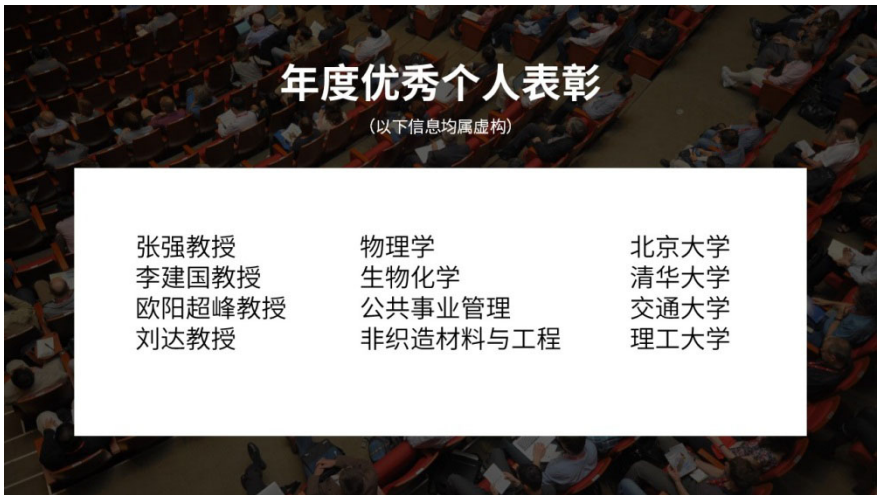


图 7-12 /

## 7.6 示意图，让文字变得生动

在 2012 年伦敦奥运会开幕式上，在圣火点燃后，保罗·麦卡特尼钢琴弹唱着披头士当年的冠军单曲《Hey Jude》把开幕式推到一个高潮。虽然《Hey Jude》这首歌的旋律脍炙人口，但是我相信大部分人都和我一样，一首歌下来，能记住的歌词只有“Hey Jude”和“Na Na Na……”。这首歌副歌部分每循环一次都要加入新的歌词，所以歌词有各种版本，字数从 200~400 字不等。这样的歌词无论打印还是背诵都很不容易，直到我看到了如图 7-13 所示的这幅图。

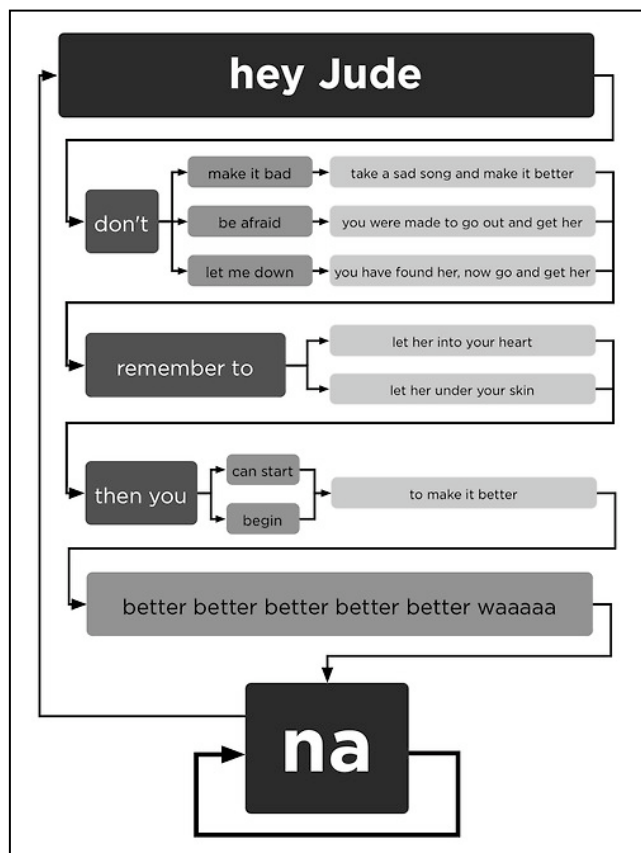


图 7-13 /

这幅示意图明确地展示了各部分歌词之间的关系，每次重复应该如何选择歌词，清晰易懂。这幅图片能够如此简洁，离不开作者对内容的梳理和可视化呈现。同样的道理，如果你愿意抽出时间，对 PPT 中的文字进行提炼和梳理，那么便可以把大量的内容升华为示意图，不但生动美观，而且还可以大大提升观众对内容的理解。

通过实践，我总结了绘制示意图所需要的三个要素，以及各类示意图的典型样板，相信聪明的你稍加练习就可以迅速掌握。

7.6.1 示意图绘制三要素

想要学习绘制示意图，不需要什么复杂的技巧，你只需要学会插入文本框和基本的形状即可。示意图主要由三部分组成：主体信息、连接符和标记符。

为了解释这三个要素在示意图中的作用，我就将自己的案例分享给大家。和姑娘热衷于购买化妆品一样，不少男人热衷于购买数码用品，我也是其中一个。诺嫂经常埋怨我坐在一堆电线中办公，为了和她解释清楚自己桌上这么多电线都有什么用，我用 PPT 绘制了一幅工作台示意图，下面就用这幅示意图来解释示意图的核心三要素（见图 7-14）。



图 7-14

第一部分：主体信息

它们可以是文字，也可以是图片。这个页面中的主体信息是电子产品的图标和对应的文字注释。如果想让多个元素看上去轮廓整齐划一，那么可以利用图形轮廓统一视觉效果。例如页面中所有的文字都利用圆角矩形作为背景，看上去就整齐很多（见图 7-15）。



图 7-15 /

常见的信息容器有三种：矩形、圆形、圆角矩形。其中矩形的容量最大，而圆形的容量最小，圆角矩形居中。简单来说：矩形可以让文字数量显得少，圆形可以让文字数量显得多。可以根据需要选择合适的信息容器（见图 7-16）。



图 7-16 /

## 第二部分：连接符

连接符的作用是串联不同的主体信息，以彰显不同元素之间的逻辑关系。常见的逻辑关系有：层次、关系、流程、因果等。比如在该案例中我就用直线标记



了各个电子设备之间的串联关系（见图 7-17）。

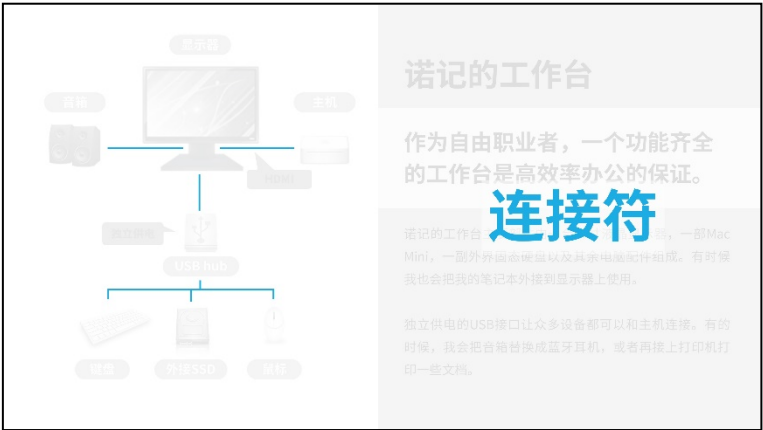


图 7-17 /

连接符主要是以箭头为主（见图 7-18），常见的箭头两种：较细的箭头（上排左 1）和较宽大的箭头（上排左 2）。在这些连接符中，三角形相当于简化版的箭头，在示意图中占用的面积更小，但是仍然可以清晰地标注方向。

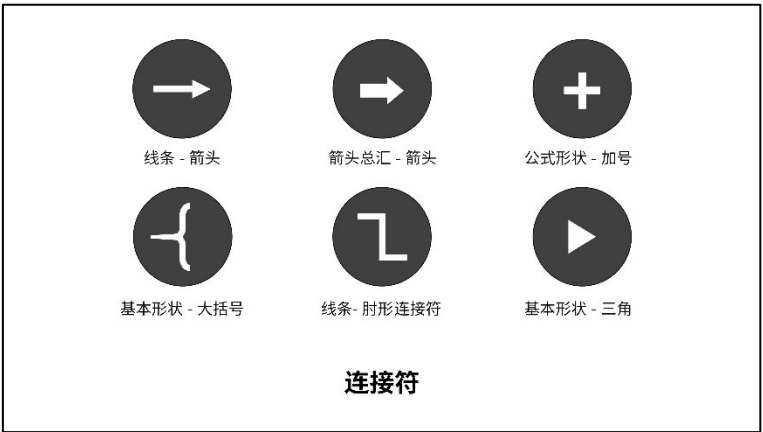


图 7-18 /

### 第三部分：标记符

标记符的作用是在完整的示意图上标注出特殊信息，或者值得特别留意的信息。例如在本案例中我就用了两个标记符写明了相关电子设备的注意事项。



图 7-19

在图 7-20 中，前两个标记符就是常见的“对话气泡”，包括微信在内的许多聊天软件都使用对话气泡作为 APP 图标。它们可以用来标注一些关键词或者关键数据。后面两个标记符可以在图片或图表中引导观众阅读更多标注。



图 7-20

掌握了这些图形，你就可以把大量空洞抽象的文字改编成生动有趣的示意图了。让我们来看看，职场最常见的示意图有哪些吧！

7.6.2 常见示意图核心结构

1. 因果关系示意图

因果关系，顾名思义应该在页面上展示原因与结果两个基本信息，将这两个信息放在两个容器里。根据阅读习惯，在示意图中通常会把原因放在左侧，结果放在右侧，中间用箭头作为连接，基本结构如图 7-21 所示。

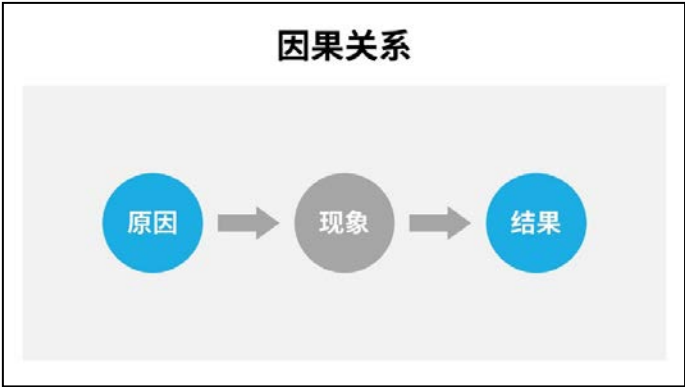


图 7-21 /

我们以一段叙述文本作为案例，阐释一下因果关系示意图的思考过程。

首先需要找到因果两大元素（见图 7-22）：

- 原因：电商开展双十一购物节。
- 结果：多家快递公司爆仓。

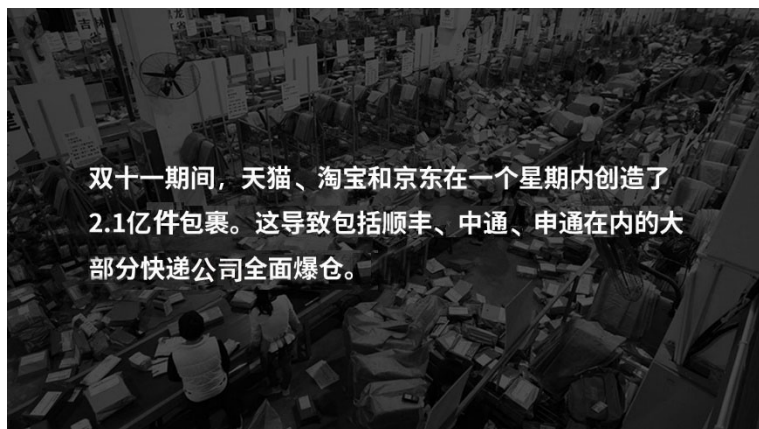


图 7-22 /

还可以加入一些中间因素，把两大板块变成三大板块（见图 7-23）：

- 原因：开展双十一购物节。
- 现象：产生了 2.1 亿件包裹。
- 结果：多家快递公司爆仓。

## 双十一期间快递爆仓



图 7-23 /

到了这个阶段，页面已经非常直观了，不过这个页面显然可以继续改进：三大电商和三大物流公司都有对应的商标，我们完全可以把纯文字的页面改编成图文结合的示意图（见图 7-24）。对比一下纯文字页面和示意图页面，是不是显然后者更加直观易懂呢？



图 7-24 /

► 适用场景

常见关键词：导致、由于、原因、为了。

下面列举两段文本资料，并加以分析，以供读者参考。

文本一

由于全球汽车产量的持续攀升，近年来相关压铸件的需求年增长率约为 5%，美国相关企业的生产力不足以填补需求，因此本公司压铸件的市场需求极大。

分析

- 原因：汽车产量攀升，压铸件需求增加。
- 现象：美企生产力不足。
- 结果：本公司市场需求大。

文本二

为了进一步提升工作协作效率，我司今年将继续贯彻 OA 系统的使用，将人力资源部、行政部、后勤保障部的四大项和二十一小项的工作都接入 OA 系统。

## 分析

- 原因：办公写作效率仍可提高。
- 现象：贯彻使用 OA 系统。
- 结果：将三大部门的四大项和二十一小项工作介入 OA 系统。

## 2. 并列板块示意图

并列板块示意图是职场中最常用的示意图之一：员工展示、产品展示、SMART 原则、SWOT 分析矩阵……只要有多个并列板块，就可以使用并列板块示意图。这类示意图设计相对简单，只需要把若干个容器排版整齐就好。并列板块基本框架如图 7-25 所示。板块的内容既可以是文字，也可以是图片或者图标。



图 7-25 /

### （1）文字较少的并列板块

文字不够，图片来凑。当页面文字内容不多的时候，最好的解决方法是用配图丰富页面，避免页面过于简单。比如图 7-26 所示的这个页面，文字内容并不多，但是搭配上图片之后页面就显得丰富且工整了。



图 7-26 /

如果觉得一时半会找不到与主题搭配的图片，那么一些合适的、简单通用的图标也是一个很好的代替选择。下面这个页面（见图 7-27）我就用图标代替了图片，虽然图标的尺寸并不大，但是因为加上了圆角矩形作为背景，图标的视觉面积仍然不小，效果也不错。



图 7-27 /

这时候可能有人会问，如果我的时间非常紧张，根本来不及找图片，或者在断网的情况下，要怎么展示并列元素呢？这也不用着急，在这种情况下，有个通

用的技巧：放大数字。

当你把数字序号放大的时候，也能起到类似于图标的效果。单用数字有时会显得内容比较单薄，所以我通常会在数字序号的左边加上一个井号——在英文中“#1”就表示“第一”的意思。这样虽然没有一张图，但是仍然可以看出该页面有三个并列的板块（见图 7-28）。



图 7-28 /

## （2）文字较多的并列板块

如果并列板块内的文字较多，那么可以尽量减少图片的使用，把更多有效空间让给文字。但是如何让大量的文字看上去井井有条呢？那就是利用矩形组成整齐的“板块”。

图 7-29 所示的页面用了四个板块组成了 SWOT 分析矩阵。背景的灰色色块可以在视觉上产生整齐的效果，即使各版块文字字数不同看上去也不会太乱，因此该色块不能省略。





图 7-29 /

而且这种板块也是可以调整方向的。比如下面这个页面中有两个并列板块，标题在左，正文在右（见图 7-30）。不过需要注意的是标题的颜色最好深一些，正文的颜色浅一些，这样更符合观众的阅读习惯，能够帮助观众一眼分清重点。

商业计划书 - 诺记传媒

### 财务预测与融资计划

诺记传媒有限公司在未来两年的高速成长中，将分别形成**2345.67万元**的销售收入以及**2234.56万元**的现金流入。

第一期	以增资扩股方式 <b>融资1000万—3000万元人民币</b> ；出让股份范围：8%—30%； 资金使用：进一步扩大市场占有率，更迅速地占据市场领先地位。
第二期	以增资扩股方式 <b>融资3000万—5000万元人民币</b> ；出让股份范围：8%—25%；资金使用： 频道经营与战略性业务扩展。

图 7-30 /

加上照片之后就可以用来展示相关人物资料了（见图 7-31）。也可以将并列板块当作一个整体，放在页面下方展示（见图 7-32）。大家可以在工作中探寻更多的衍生形式。



图 7-31 /



图 7-32 /

如果页面上的板块数量较多,那么要尽量选择无边框的纯色矩形(见图 7-33),以免页面上出现过多线条,显得凌乱;也可以使用直线代替矩形作为分割(见图 7-34)。



图 7-33 /



图 7-34 /

► 适用场景

常见关键词：一览、包括、展示、介绍。

下面列举两段文本资料，并加以分析，以供读者参考。

文本一

公司长年积累形成的影视节目库包括超过 1000 小时自有版权母带库、200 小时具有优先使用权的母带库、3000 小时样带库、30000 小时全球节目资料库，是目前国内最完整的节目库之一。

## 分析

公司累计的素材库包括四个板块，可以用四个不同的板块分别列出。

## 文本二

×××在任期内注意总结工作方法，先后撰写了《机关工作人员素质和工作方法浅谈》、《适应市场经济新形势，探索服务新途径》等上百篇有关工作的研究文章。在学术交流方面，××××年度先后在国家和省、市级报刊和统计信息网上发表文章 94 篇，并且多次在省市局工作会议上开展交流与研讨。通过学习研究，不仅对工作起到了指导和促进作用，而且也对所在单位创造学习型机关、培养学习型干部和提高统计服务水平都起到了积极作用。

## 分析

本段文字可以分为三大板块，分别是：撰写文章、学术交流、提高工作。

### 3. 组织结构图

组织结构图（见图 7-35）是企业介绍中较为常见而且重要的示意图。以前我在单位，精心绘制了两幅部门和公司的组织结构图，然后就发现被我上司、上司的上司反复在各种 PPT 页面中引用，可见画好组织结构图是件事半功倍的事情。这里我提供两种应对组织结构图的方法：自动高效版和手动美观版。

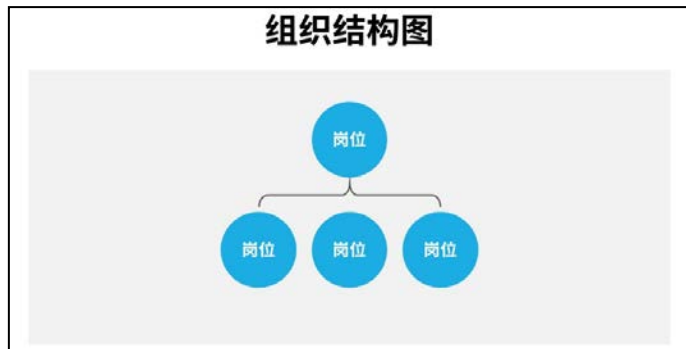


图 7-35 /

### （1）自动高效版：利用 SmartArt 功能

什么是 SmartArt？其实就是 PPT 自带的图表自动生成器，你可以在 PPT 的“插入”选项卡中找到它。SmartArt 的优点在于：第一，PPT 自带，不用求助第三方；第二，修改简便；第三，在增减元素的时候，其余元素会自动调整结构。

具体绘制步骤如下。

第一步：在“插入”选项卡中单击“SmartArt”命令按钮，在弹出的对话框中选择“层次结构”选项（见图 7-36）。



图 7-36

第二步：选择合适的结构图形（见图 7-37），通常用蓝色方块的结构图绘制组织结构图。

第三步：编辑文本内容（见图 7-38）。可以利用【Tab】键调整文本的层级，不按【Tab】键是一级标题，按一下【Tab】键则变成二级标题，按两下成为三级标题，以此类推。

第四步：调整组织结构图的相应颜色，使之更为美观清晰。

在操作过程中要注意以下三个问题。

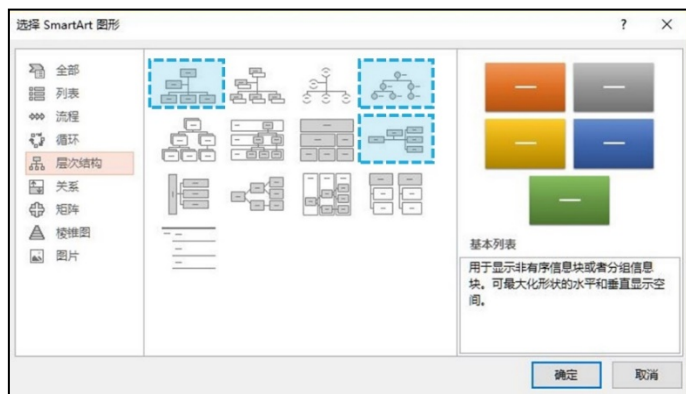


图 7-37 /

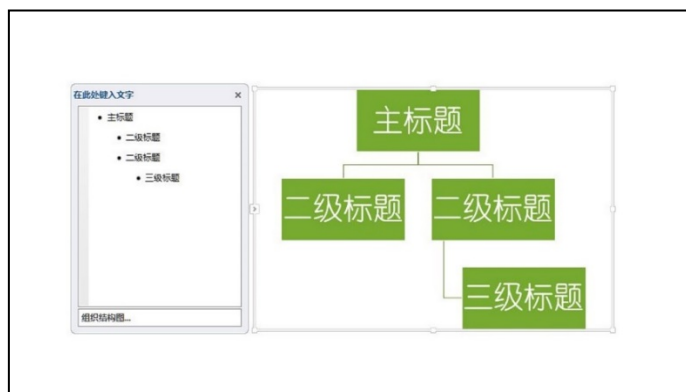


图 7-38 /

第一，配色方面建议母标题的颜色要比子标题深。相同部门的颜色最好选用同色系的颜色。不要使用过于艳丽、刺眼的颜色。

第二，如果需要，可以在 SmartArt 上单击右键，从快捷菜单中选择“转换为形状”命令，以便进一步编辑。但是要注意，一旦转换为形状就不可以通过调整文字层级的方式自动生成 SmartArt 图形了。

第三，尽量不要使用 3D 旋转、棱台、发光等特殊效果，这样不利于观众阅读。

(2) 手动美观版：手动绘制图形

如果你所使用的软件不支持 SmartArt，或者觉得 SmartArt 不足以满足你的要求，那么可以自己手动绘制组织结构图。示意图中只用了圆角矩形、矩形、直线等简单元素，绘制起来非常简单。在绘制的时候，先把每种格式的第一个图形设置好，其余图形复制、粘贴，然后修改文字即可。

图 7-39 就是我用 5 分钟绘制的组织结构图。

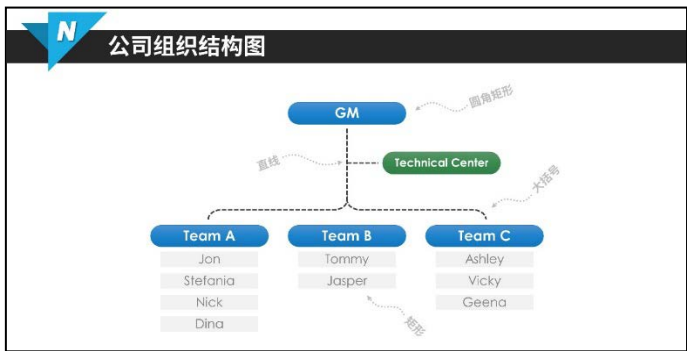


图 7-39 /

当然，除了纯文字的组织结构图，你还可以加入一些简单的小图标，让组织结构图看上去更加活泼（见图 7-40）。

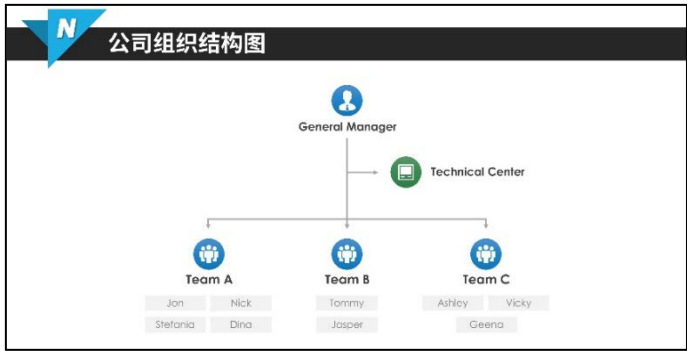


图 7-40 /

在绘制的过程中，以下技巧可供参考。

- ① 如果你不准备加入图片，仅仅想制作纯文字的组织结构图。那么利用圆角矩形作为标题背景是个好选择。我个人喜欢手动拖曳圆角矩形，调整角标，让圆角矩形的两端成为半圆形，这样会美观很多。
- ② 建议先画圆角矩形，然后单击右键，编辑文字。这样处理完的标题文字和背景是融为一体的，无论是移动还是缩放都不容易出错。
- ③ 在绘制多个标题的时候，不要一次性把所有图形都画出来然后一个个调整，这样效率非常低。可以先设置一个图形，把字体、颜色、背景、轮廓都设置好后，复制若干次，然后直接修改文字即可。
- ④ 组织结构图里各种线条的颜色和粗细最好保持一致。有必要的话可以使用格式刷功能，格式刷可以将某个样式应用到多个元素中。
- ⑤ 对于团队分支结构的绘制，如果使用直线或肘形连接符逐个拼凑会非常麻烦。我个人最喜欢用大括号。在图形当中就有大括号这个形状，可以任意更改颜色、设置实线或虚线等效果。如果你想偷懒，那么可以直接在领导与下属之间添加一个横向大括号（见图 7-41 左图）；如果你追求细节的完美，希望领导与下属之间有明确的箭头指向，那么可以将大括号调整得方正一些，再手动补充几条直线，看上去就更加准确清晰了（见图 7-41 右图）。

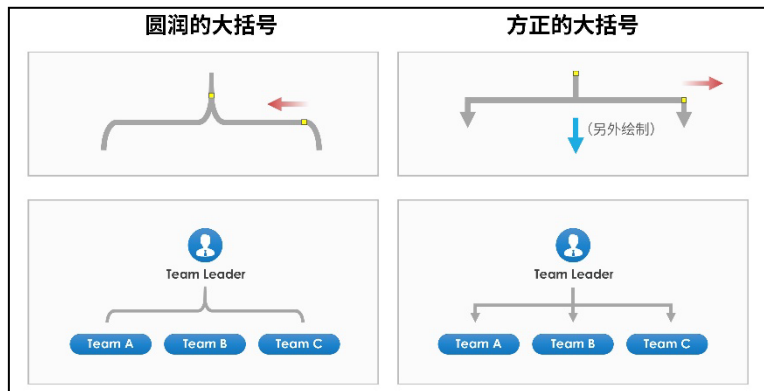


图 7-41 /



### ► 适用场景

常见关键词：部门、小组、组成、结构、管理、负责。

下面列举一段文本资料，并加以分析，以供读者参考。

### 文本

公司管理机构设四个部门和一个小组，四个部门分别是业务部、风控部、财务部、综合部。这些部门的主要职责是……

### 分析

这段文本是典型的公司组织结构介绍，可以将不同部门及下辖小组或负责人以组织结构图的形式呈现。

### 4. 拆分与组合示意图

组织结构图用以阐述一个公司具体是由那些部门组成的，如果我们把这个拆分与组合的逻辑提取出来，那么很多涉及到“组成”“汇总”和“拆分”含义的内容，其实都是可以用示意图表示的（见图 7-42）。

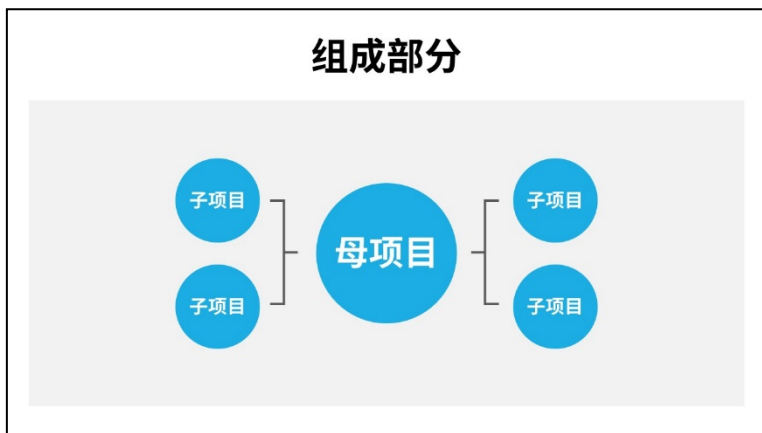


图 7-42 /

比如下面这个页面（见图 7-43），目前的排版虽然整齐，但是观众并不能直观

地看出四幅图片彼此之间的关系，所以还有优化的空间。经过仔细分析之后，可以看出来这四幅图片其实隐藏着“包含”关系——第一幅图片是产品本身，是“母项目”；而后三幅图片表示原料，是“子项目”。在了解了这个关系之后，我们不妨使用组织结构图的形式，利用直线把各个元素组合起来，这样就形成了拆分与组合示意图（见图 7-44）。



图 7-43 /



图 7-44 /

当然，拆分与组合示意图也有各种各样的变形和引申，比如图 7-45 就运用到

了圆角矩形和大括号。该图把一个产品的优势和劣势拆分成了两部分，也是经典的拆分与组合示意图。



图 7-45 /

(1) 整齐好用的“螃蟹图”

需要注意的是，在制作这类示意图的时候，如果我们选择将子项目环绕母项目排列，那么很容易浪费页面空间，如图 7-46 左图所示。虽然该示意图看上去很工整，但是如果再加入文本就只能堆在角落。

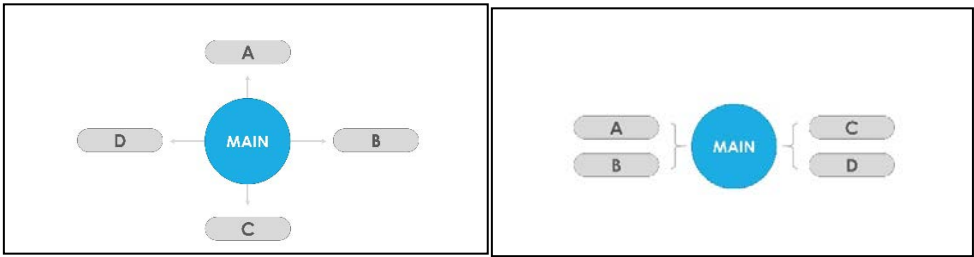


图 7-46 /

如果我们换一个思路，把子项目排布在母项目的两侧（见图 7-46 右图），那么留白的部分就较为工整，添加文字等也会方便很多。比如上方可以加入与示意

图有关的文字叙述，下方可以加入相关备注等。

我通常把这个结构称为“螃蟹图”，因为分支元素都位于两侧，看上去像螃蟹腿一样。通常建议大家把拆分与组合示意图排列成左右横向结构，这样“螃蟹图”可以更加充分地利用页面空间，排版也更加工整。

## （2）放大镜效果

最后，除了常见的大括号和肘形连接符，我还经常会使用圆形气泡制作“放大镜效果”。我们可以在产品图片旁边添加一个圆形气泡，然后在上方叠加一幅细节图片，并将图片裁剪为圆形（先设置裁剪纵横比，选择“1：1”；然后选择“裁剪为形状”命令，从弹出的菜单中选择圆形），大小略小于气泡。这样气泡就会露出一圈边界，视觉效果更为清晰。

如图 7-47 所示的页面就是我在介绍某双球鞋时制作的，该页面使用了两次放大镜效果。当然，为了充分利用空间，两个放大镜也是以“螃蟹图”的形式设计的。



图 7-47

## ► 适用场景

常见关键词：例如、组成、包括、其中、涵盖。

下面列举两段文本资料，并加以分析，以供读者参考。

### 文本一

本店羊汤白而浓厚，加入羊骨长久熬制，汤汁浓郁，不腥不膻，汤里面的羊肉也是真材实料，大块的羊肉松软劲道。在炖煮羊肉的过程中，还加入了秘制料包，里面的材料包括：花椒、大茴、白芷、桂皮、肉桂、陈皮、砂仁、葱、姜等。

### 分析

这段文本是某餐饮店的产品介绍，其中文章结尾提到的几种调料完全可以与羊汤本身形成拆分与组合示意图。

### 文本二

两个基本点之下，我们又总结出了爆款电商的四项基本原则：少款、精品、海量、长周期。

这四项环环相扣，缺一不可。我们只做精品，坚持高性能、高性价比，可以让用户以最优的价格得到当时全球最顶尖的性能配置，保证使用18个月后性能表现依然足够优秀，比如2012年发布的小米2系列至今仍足够应对日常使用并让用户拥有流畅的体验。

### 分析

这段文本是一篇关于小米爆款电商的文章。我们从节选内容个可以得知：母项目为小米的“爆款法则”，一级子项目是“两个基本点”，二级子项目是“四项基本原则”，可以形成典型的拆分与组合示意图。

## 5. 时间/流程图

在处理企业大事记或者工作流程这类的问题上，最常见的示意图就是时间轴了（见图7-48）。时间轴看上去并不难画：一条时间线，加上若干时间点，就组成了最基本的时间轴。不过时间轴的形式多种多样，想要快速制作出好看的时间轴，一些小技巧是必不可少的。



图 7-48

### （1）极简时间轴

时间轴有各种各样的形式，有借助背景图片轮廓画时间线的，有利用图标拼接时间线的，有用胶片和照片组成时间线的，有用海平面作为时间线的……但是如果从绘制简单、修改方便、适用范围广这三个角度去考虑的话，简单的直线型时间轴其实是最实用的（见图 7-49）。



图 7-49

网上的 PPT 模板，里面的时间轴大部分都是交错排版的。想要这种交错排版好看，每个项目的文字数量不能相差太多。但是实际工作中，为了预防文案字数

相差太大的情况，较为明智的选择是让文字信息统一位于同侧。

同时，如果交错排版中的内容安排不合理，也容易让观众不易理解。为了提高效率，避免返工，建议大家优先选择同侧排版。在时间轴延伸方向上，优先选择从左到右展开，这样可以容纳较多的内容。另外建议大家统一采用时间轴在上，内容在下的结构，这样更符合大众的阅读习惯。

### 时间轴的拓展

理想很丰满，现实很骨干。网上看到的时间轴总是清清爽爽的，但实际工作中遇到的时间轴，内容总是密密麻麻的，好像总有塞不完的东西。可是既然是大事记，总不好擅自删除内容吧，这时该怎么办呢？拆成几页呗！

请看下面这两张 PPT（见图 7-50 和图 7-51），其实内容和图 7-50 的时间轴是一样的，但是因为同样的内容拆分成了两页，排版自然宽松了很多！

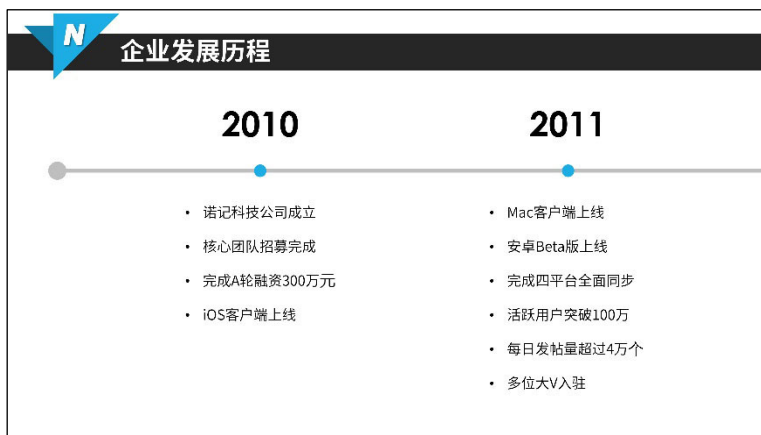


图 7-50

这么多页内容，如何把它们无缝串联起来呢？用动画呗！

（1）打开“切换”选项卡→选择“推进”动画效果；

（2）展开“效果选项”下拉菜单，选择“自右侧”命令。这样新页面就会在切换的时候从上一页面的右侧推进来，形成无缝衔接。



图 7-51

为了保证衔接效果，两页的排版、直线的样式、文字的格式都应该完全相同。所以建议不要单独新建两个页面，而是应该在处理完第一个页面之后，将排版好的页面复制一次，修改文字。在文字修改完毕后，保持时间线高度不变，稍微调整一下水平位置（从靠右变为靠左），在“形状轮廓”选项中修改一下箭头样式。这样就能保证时间轴完美衔接了，如图 7-52 所示。

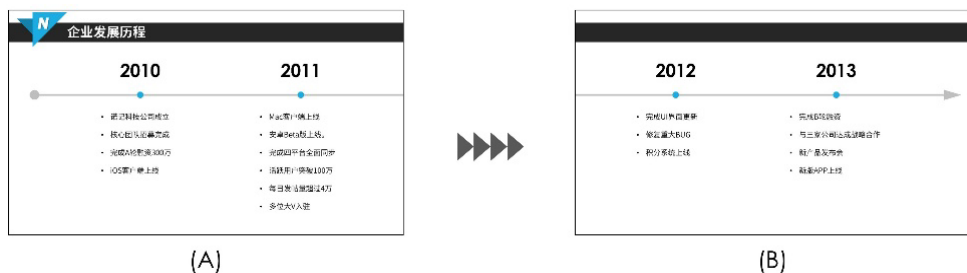


图 7-52

有了多页串联这个技巧之后，原本空间十分有限的上下架构时间轴也可以从冷宫里放出来了——由于空间可以随意拓展，即使是上下架构的时间轴也可以排得十分宽松和清晰了。图 7-53 就是我用三页 PPT 页面拼接起来的上下架构时间轴。





图 7-53 /

该时间轴的完整效果如图 7-54 所示。



图 7-54 /

### ► 适用场景

常见关键词：序列号、数字、第 x 步、首先、依次。

下面列举一段文本资料，并加以分析，以供读者参考。

### 文本

我们可以确定基本的工作流程如下。

一、用人部门提出申请：部门经理向人事部提出所需人数、岗位、用人要求，并告知理由；二、人事部复核，由最高管理层审核招聘计划；三、人事部根据部门递交的需求人员申请单，确定招聘的职位名称和所需的名额；四、设定应聘人员的基本要求及条件限制，比如该职位所要求的学历、年龄、能力和经验等；五、所有招聘职位的基本工资和预算工资的核定；六、制定及发布资料，准备通知单或公司宣传资料，申请办理日期；七、联系人才市场或张贴招聘通知；安排面试时间、场地和面试方式。八、最终确定人员，办理试用期入职手续及合格录用转正手续。九、签订合同并存档。

### 分析

这段文本是公司常见的招聘流程，顺序清晰，完全可以用简单的时间轴来展示。

## 6. 空间/地点图

我们在第 5 章中讲到了业务拓展/公司分布页面，利用矢量地图的方法轻松标记处全球或者全国、全省地图中的某个特定区域。如果结合前文所学的示意图元素，那么你就可以很轻易地做出如图 7-55 和图 7-56 所示的信息和地点结合的页面了。

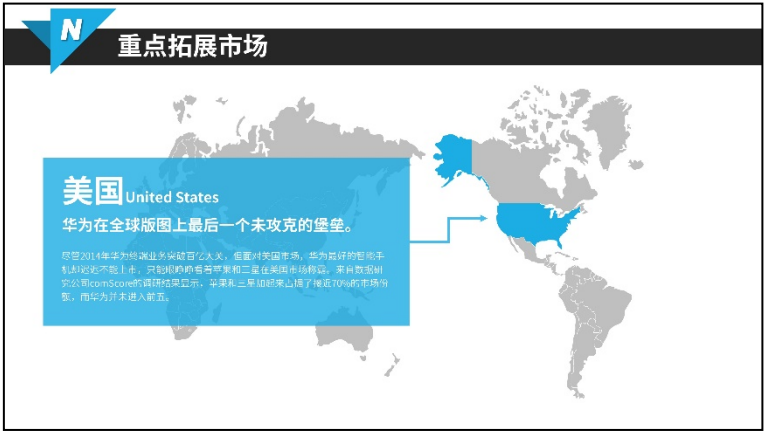


图 7-55 /

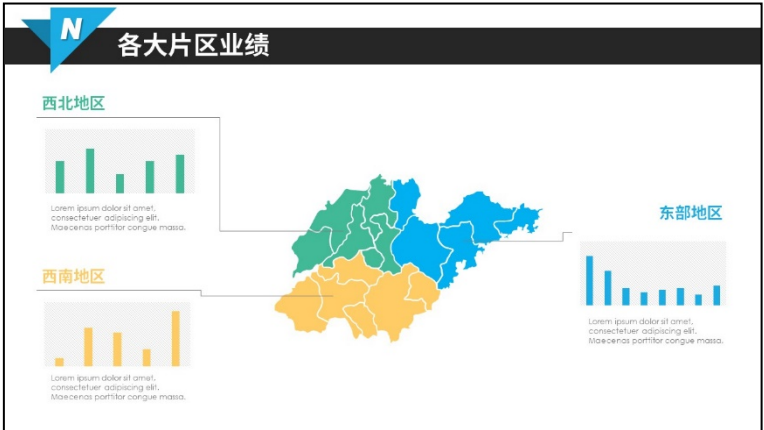


图 7-56 /

(1) 给地图插上图钉

如今出门方便了，想去不认识的地方导航就行了。无论你想去哪里，只需要搜索一下地名，或者在地图上长按，就会出现一个图钉的标识。无论是谷歌地图、百度地图，还是高德地图，只要是地图导航软件，往往都会用这类图钉标识表示地理坐标（见图 7-57）。

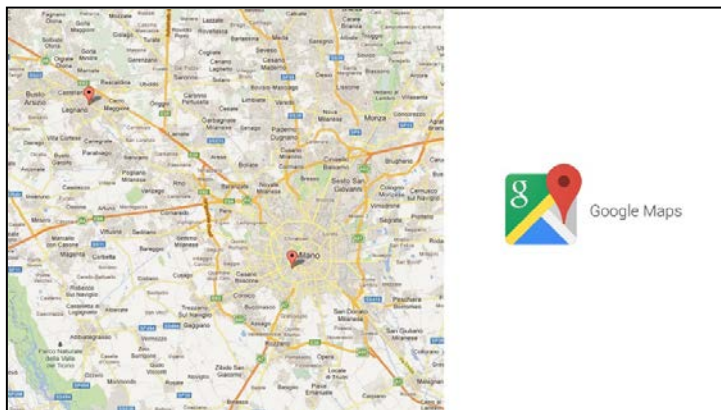


图 7-57 /

而我们如何在 PPT 里绘制这种标识呢？其实非常简单，打开“插入”选项卡→展开“形状”下拉菜单，在基本形状中找到“泪滴形”。插入“泪滴形”之后，稍微调整一下右上角的角标，将图形延伸得长一些。这时候旋转让尖角向下就形成了图钉坐标的样子。如果你觉得这样的图标有些单调，那么可以根据在图标内部文本框输入编号，从而在图形中心画一个圆圈作为装饰（见图 7-58）。

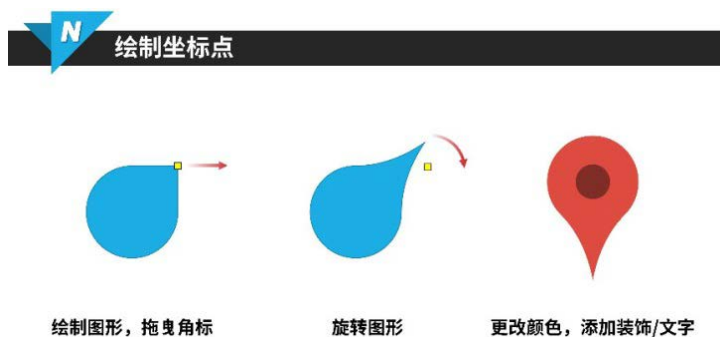


图 7-58 /

学会绘制图钉之后，我们就可以在较大的地图上定位较为精确的点，比如在图 7-59 中，我就用三个图钉在世界地图上标记处了三个城市（北京、旧金山和特拉维夫）。



图 7-59 /

(2) 具体地点的空间示意图

前文说的所有技巧，都是针对矢量地图素材的。矢量地图素材包括世界地图、全国地图和省市地图。而我们有的时候面对的可不仅仅是省市地图，我们还要面对具体某个片区，某个园区，甚至某栋建筑的地图。

比如图 7-60 就是某园区的俯视图，我在相应区域上标识了四栋建筑物，分别是四家互联网企业的办公楼：腾讯、百度、新浪和联想。这幅示意图看上去感觉非常不明显，缺乏视觉冲击力是这类示意图（区域图片+文字注释）的通病。



图 7-60 /

那么怎样增加视觉冲击力呢？一个常用的方法就是扩大色彩面积。在处理文字的时候，我们讲到了如何通过改变文字背景突出重点，改变文字背景其实就是增加视觉中的色彩面积。而在这类地图示意图中，我们可以通过任意多边形的方法增加视觉冲击力。



图 7-61

请看这幅改好的页面（见图 7-61），我用不同形状的多边形，勾勒出了四栋大楼的轮廓，并填充了半透明颜色。这样文字注释所表示的区域就清晰可见了。

使用自定义多边形的具体操作如下。

1. 插入自定义多边形的方法是打开“插入”选项卡→展开“形状”下拉菜单，从“线条”中选择“任意多边形”。
2. 当光标变成十字形时，可以沿着建筑物轮廓单击打点，系统会自动在两次单击之间连接直线。
3. 当单击回到出发点时，系统就会自动构建一个封闭的多边形。
4. 将这个多边形的颜色、轮廓调成适当样式即可。建议使用半透明色块，通常可以将透明度设置为 30% 左右，这样既可以看出明确的颜色，又可以看清图片。

这种方式也可以用于各种图片中，用以圈定特定范围。比如在图 7-62 中，我

就利用任意多边形勾勒出了两个目标大楼的轮廓，搭配相关注释，让人一眼就能分辨出目标，并且看清目标相关的注释。



图 7-62

### ► 适用场景

常见关键词：地图、分布、布局、区域、路线。

下面列举一段文本资料，并加以分析，以供读者参考。

### 文本

辽宁是本地区最重要的水果产区，果园面积、产量分别占该地区的 86.2%和 93.5%，苹果、梨、葡萄兼有。苹果多分布于辽东半岛南部和西部，梨主要分布在西部，葡萄多栽种在城市郊区，尤以旅大地区最为集中。吉林省果园面积、产量分别占全区的 7.7%和 5.5%，以苹果为主，主要分布在长春和吉林两个地区，黑龙江省果业多为小苹果，分布零散。

### 分析

在这段文本中，出现了多个地域关键词，并且有众多相关的数据。如果用空间示意图搭配图形图表呈现，观众能迅速认出并理解区域所表示的范围以及对应的数据。



### 7.6.3 纯图片示意图的改编

有的时候，我们在 PPT 中加入的示意图并不是自己绘制的，而是已经绘制好的示意图。这样做的好处是我们不用再自己重新画图了，但是缺点也是很明显的：一是不够美观；二是排版缺乏灵活变通。但也不是完全无计可施，其实稍加改造，我们就可以让纯图片示意图“起死回生”。

在以下这个页面中（见图 7-63），我们可以看到一个催化剂合成的化学实验示意图。整个示意图是纯图片形式的，也就意味着我们既不能修改里面的内容，也不能修改它们的排版。下面我们就以这个案例来分析纯图片形式的示意图应该如何改造。

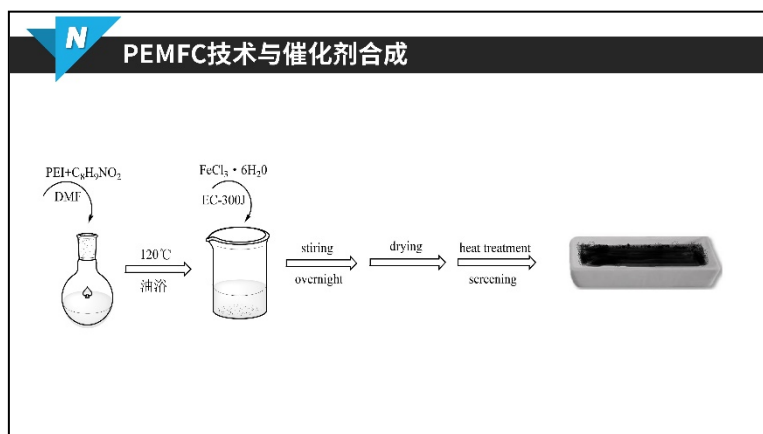


图 7-63

#### 第一步：分析内容，裁剪图片

第一步就是要把它拆成“零件”。可以用图片的裁剪功能，将示意图裁剪成若干个小图片。不过要记得在裁剪之前，复制并保存原始页面，这样万一裁剪错了，还能回到初始阶段。

既然要快速改造示意图，当然工作量越少越好啦。在这幅示意图当中，是重绘一个烧杯简单呢，还是重绘箭头简单呢？当然是后者。所以我的建议是“裁箭头，留环节”（见图 7-64）。把所有箭头和文字都裁掉，把所有烧杯、烧瓶等重要



环节裁剪成独立的小图片（见图 7-65）。

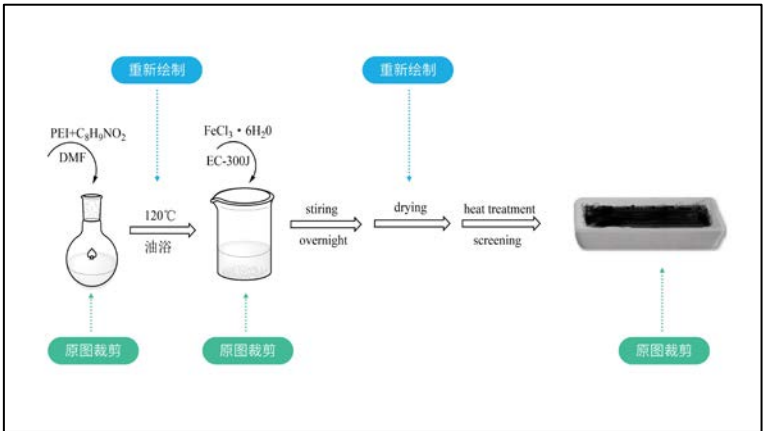


图 7-64 /

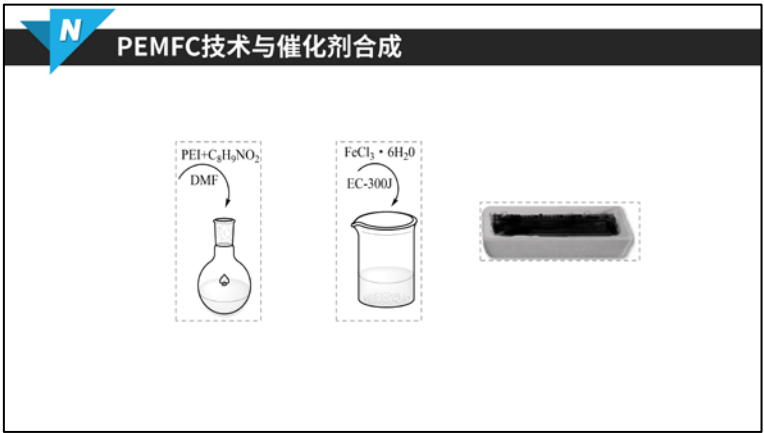


图 7-65 /

第二步：梳理逻辑，重排图片

现在示意图已经变成了三张独立的小图片了，我们可以把它们按照需要的形式摆放（见图 7-66），不过要注意留下后面放置箭头的空间。

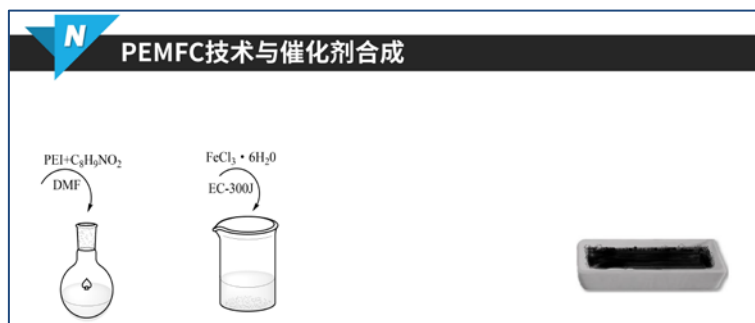


图 7-66

### 第三步：绘制箭头，串联图片

最后一步，重新绘制箭头，输入文字。因为箭头和文字都是自己编辑的，所以你可以选择更清楚的字体，还可以改变箭头的颜色，让示意图变得更加清晰（见图 7-67）。

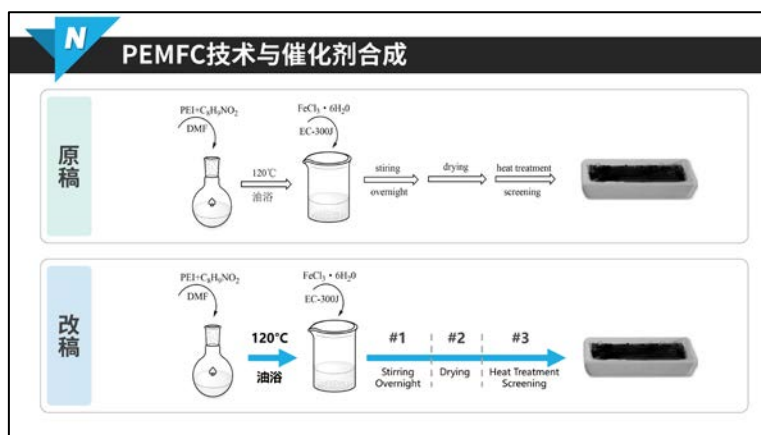


图 7-67

由于示意图的元素都是独立的小图片，也就意味着可以随意摆放它们。所以可以通过这种方法把一个横向的示意图，通过重新排列使其变成一个纵向的示意图（见图 7-68）。



图 7-68 /

08

第 8 章

图片达人  
炼成记

## 8.1 图片使用有哪些常见错误

我刚来北京的时候，特别怕问路。比如找到一位大哥，问他出了地铁站去某个商场怎么走，大哥会告诉我“出了地铁往西走，大概 500 米，往北一拐就是了。”这种靠东西南北的指路方法自然是和北京横平竖直的布局有关系，但是对我来说，一开始分不清东西南北，对于距离也缺少概念。所以刚才那个大哥的指路明明没有错，却让我很苦恼——我很可能会走错方向，或者错过应该拐弯的路口。

与此相反，那天碰到了一个大哥，他指路的方法就很明确：出了地铁你就找个黑车特别多的路口，路口一侧有卖红薯的摊子，往红薯摊那边走就可以。为什么这个大哥的指路方法，对我来说就更加好找呢？因为他把抽象的“东西南北”和“500 米”变成了“黑车特别多的路口”和“红薯摊”，这两个信息对于我来说不是抽象的概念，而是具体的视觉信息，无论是识别还是记忆都相对容易些。

文字是人类是后天学习的，所以对于图像的识别远早于对于文字的识别，自然拥有更强的冲击力。比如这页 PPT（见图 8-1）上有一段文字和一幅图，但是我相信大家往往是在看完图片之后，才发现文字的内容是“请不要看右边这位女士”。这个实验无论做多少次，结果都是一样。所有的观众几乎是不受控制的先去扫一眼图片，然后再看文字。



图 8-1 /

在 PPT 业内有句话叫一图顶千言，说的就是这个道理：图像不但可以让信息呈现方式更加生动直观，而且还可以帮助观众产生代入感，产生共鸣。所以图片对于 PPT 来说十分重要，但是大脑对于图片的喜好也带来了一些其他问题。

## 问题 1：图片理解困难

由于图片比文字更容易被理解，所以如果图片和文字不能做到完全契合，就会影响观众对于内容的理解。比如下面两个页面（见图 8-2）的文字内容是一样的，都是关于某消防中队先进个人的表彰。但是选择的图片不同，效果就千差万别。



图 8-2

虽然右边的图片也是消防器械，可是它和“烈火英雄”这个题目的联系还不够紧密。这个时候观众就会产生矛盾的感觉。所以应当尽量让图片与标题产生直接的联系，这样有利于观众理解页面上的内容。

这个问题有时会困扰创业者，有的创业者会把自己产品的实拍图放到 PPT 封面上。这样很好，但前提是你的产品造型能让消费者看出它的用途。比如我曾经在某个创业众筹节目中看过一款需要双人共同在场才可以打开的指纹锁。而这款产品本身的外观就是一个黑乎乎的盒子，观众很难看出他的用途或者卖点。无论你的文字介绍多么详细，观众首先看到的是图片，当无法理解图片时，观众很容易就对产品失去兴趣。

不过后来，产品介绍页面更新了。该产品被重新命名为“亲密锁”，在产品的背景图上加入了一对热恋的情侣。这个时候情侣的图像和亲密锁的名称就结合得

很好了，而事实上，改进后的页面也吸引了更多人的关注，众筹的金额也有所增加。

所以如果你也是创业者，如果你的产品外观不能直观地展示它的作用或者功能，那么不妨使用相关场景的图片来代替产品图片。

## 问题 2：图片质量太低

当你在展示一款产品的时候，图像对人们第一印象的塑造能力要明显强于文字。也就是说如果图片的质量不高，你的产品就会给别人留下品质不高、档次不高的第一印象。

记得去年有一个“年夜饭分手”事件，事件的大致过程是一个姑娘跟着男友回农村老家过年，在见到男方家里的第一顿饭后就决定分手。当时我对于该事件的图片印象还是很深刻的，这幅年夜饭的图片第一印象就让人感觉阴暗、缺乏色彩，看上去的确没什么食欲。但是同样的菜品，经过修图之后，居然产生了化腐朽为神奇的效果（见图 8-3）。可见有的时候，我们对图片产生的第一印象是很重要的。

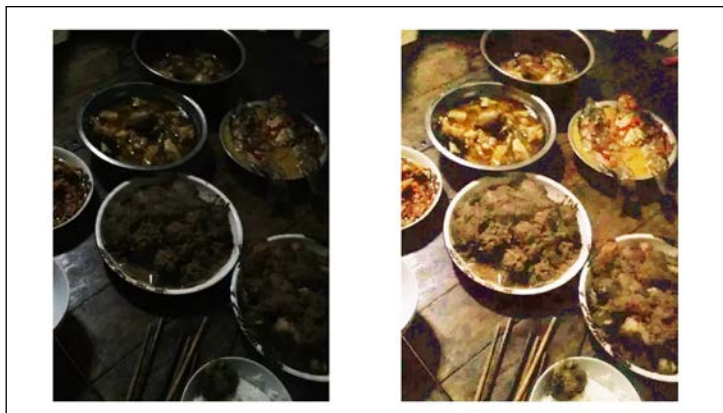


图 8-3 /

因此在搜索图片的时候，尽量避开所有色彩不好，或者尺寸不够的图片，尽可能搜索高清晰度的图片。如果不得已必须要用小图片，那么最好保持图片原定的尺寸，不要强行拉大图片尺寸，以免造成模糊和马赛克效果（见图 8-4）。

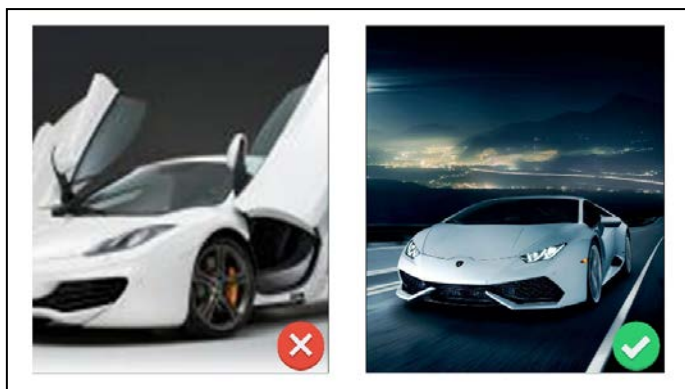


图 8-4 /

### 问题 3：使用自己拍摄的图片

如果你的手机摄影水平很一般，那么建议在 PPT 中尽量使用专业的图片素材，避免使用自己拍摄的照片。毕竟 PPT 的目标是传递观点而不是记录真实。使用专业摄影师拍摄的图片素材有助于提高页面档次（见图 8-5）。

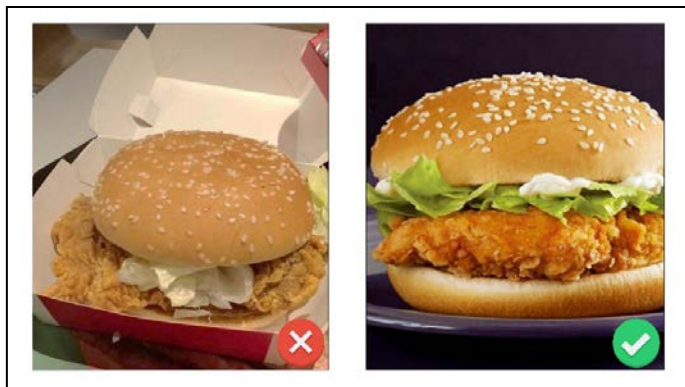


图 8-5 /



### 问题 4：图片产生变形

如果你想把一幅图片塞进一个更大或者更小的空间里，请千万不要强行改变图片的形状，这样会让图片变形。风景照片或者素雅的底纹图片还好，万一是人物照片，图片变形的效果往往十分出人意料（见图 8-6）。所以当需要改变图片形状的时候，建议尽量采用裁剪的方式，去掉多余的部分。

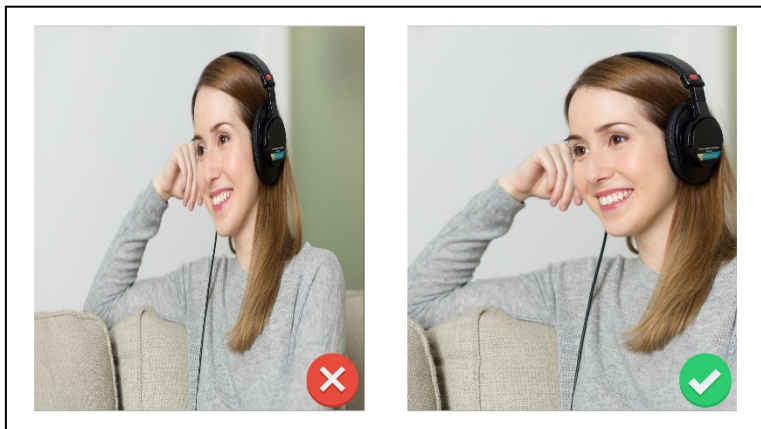


图 8-6

### 问题 5：使用卡通剪贴画

不建议职场人士使用包括微软剪贴画在内的卡通图片。这类图片非常容易让观众形成老派、过时、低龄化的感觉。假设你是一名专业的潜水教练，希望利用 PPT 讲述一些潜水的知识，你更希望观众看哪幅图（见图 8-7）呢？

从这一章我们知道，图片是通往大脑的捷径，所以一定要遵循宁缺毋滥的原则，尽量选择高质量且与主题相关的图片。

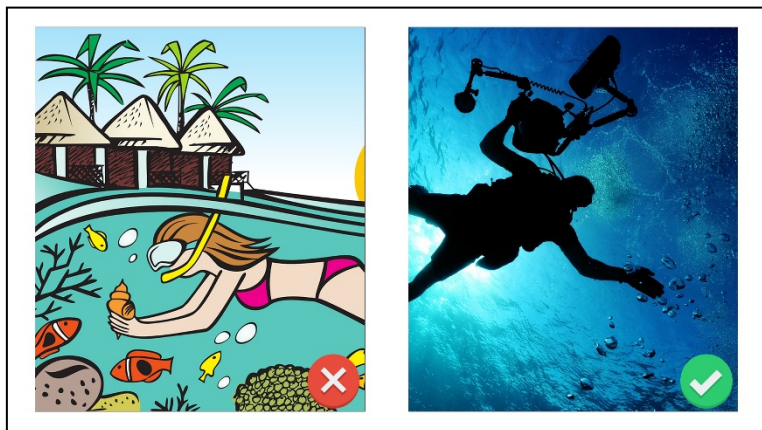


图 8-7 /

## 8.2 为什么你总是找不到好图

很多学员在结束培训后都会让我推荐图片网站，希望提升自己的 PPT 档次。然而搜图简直是无底洞。眼睛一眨，半个小时过去了，一张有用的图没找出来……为什么我们总是找不到好图片呢？也许根本不是网站的问题。

心理学上有个常见的现象叫作归因偏差，比如成功时，人们的往往把成功的原因归结为自己的能力强，而失败时则更倾向于把责任推卸给周围的环境。

所以在 PPT 用户中，很多人都愿意把自己搜不到图片的问题归咎于网站，于是很多人都热衷于积累图片网站。各类图片网站汇总和推荐的帖子像割韭菜一样，割完一茬又一茬。每发现一批自己没见过的网站，就感觉自己的搜图能力又提高了，但这也许仅仅是感觉。

在 PPT 中总是找不到图片，可能有三方面原因：渠道、思维和设计（见图 8-8）。



图 8-8

搜索渠道就是搜索图片所使用的网站或者工具。但是光有网站还不行，如果你没有合适的关键词，一样是搜不到图片的，这就需要拓展搜索思维。而 PPT 内容各不相同，能搜到和 PPT 内容完美匹配的图片是很难得的，在大部分情况下，我们搜到图片后还需要对图片进行适当的改造，例如去除瑕疵、改变纵横比、改变图片颜色等。

所以你无论囤积了多少网站，也仅仅能解决第一部分的问题而已。只有把渠道、思维和改造三个方面结合起来，才能够充分发挥图片的威力。而在本节就会从这三个方面进行梳理。

### 8.2.1 图片搜索渠道

我在处理职场 PPT 时，约 90% 以上的图片是通过百度搜索的。剩下不到 10% 的图片是通过 3~4 个常用的免费图片网站获取的。没错，我常用的搜图网站加在一起，也不过 5 个而已，已经够用了。如果每次工作都要把 30 个网站全都搜一遍，一下子就要耗费几个小时，PPT 还做不做了？所以这里只推荐我常用的网站，如果你不满足，那么也可以上网搜索各种汇总的帖子。

#### 1. 免费图片网站

以下提供的 3 个网站可以提供大量遵循 CC0 协议（版权共享协议）的免费版权图片，也就意味着你可以随意修改和使用这些图片，甚至可以免费用于商业行为。不过这些网站在国内访问的速度可能会较慢。

### (1) Pexels (见图 8-9)

<https://www.pexels.com/>

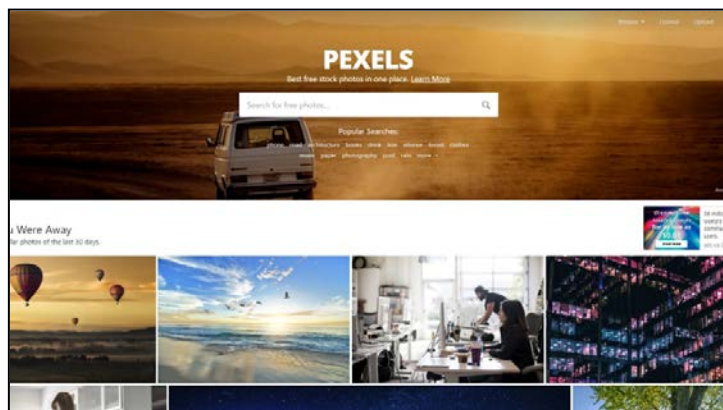


图 8-9 /

评价：英文网站，免费版权，图片数量不是特别多，但是质量极高。另外一个缺点是服务器不太稳定。

### (2) Unsplash (见图 8-10)

<https://unsplash.com/>

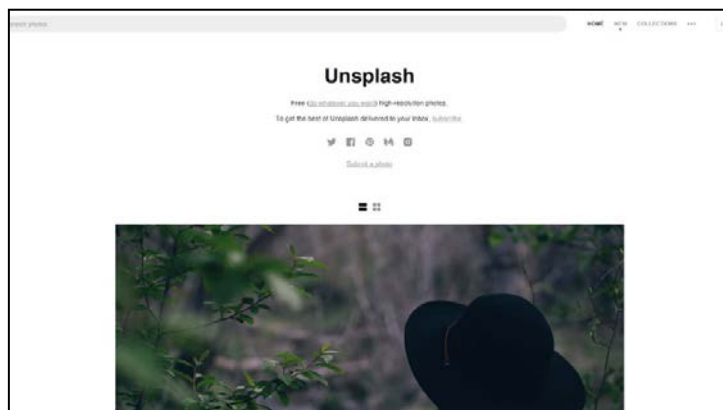


图 8-10 /

评价：图片风格统一，图片风格偏向文艺且质量高。在各种 PPT 模板网站里，至少有一半的模板图片可以从这里找到。不过缺点是“这些图片往往和自然相关，适合做通用型 PPT 封面。

### （3）Pixabay（见图 8-11）

<https://pixabay.com/>

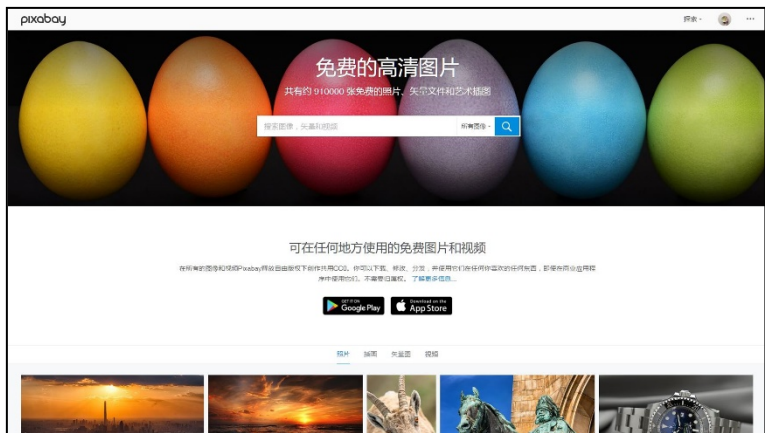


图 8-11

评价：这个网站是我最推荐的网站，因为它不需要翻墙，而且同时兼容中文和英文关键词搜索。另外，它汇集了许多免费图片网站的资源，包括 Unsplash 和 Pexels 网站的许多图片。高分辨率的图片在登录后才可以下载，不过注册这个网站是免费的。

国内也有很多号称免费下载的图片网站，不过其中大部分都是要注册会员，每天只允许下载几张，然后通过邀请分享或者购买会员资格才可以下载其他图片。这些网站图片的质量也良莠不齐，在此不再推荐。

## 2. 收费图片网站

很多人会问“图片还要收费”？网络图片也拥有版权，这是毫无疑问的，如果你有大型公开演讲的需要，要么使用免费版权的图片，要么付费购买正版图片

的版权。当然也可以去收费的图片网站看看，你会发现这些专业的图片和平时搜出来的图片之间存在明显区别。不过一般个人用户很少在日常工作中使用收费图片，所以在此只推荐以下两个网站。

全景网 (<http://www.quanjing.com/>)

海洛创意 (<http://www.hellorf.com/>)

### 3. 图标素材网站

电脑和手机上的各种应用图标通常都是 PNG 格式的。这种格式的图片一般分辨率不高，不能用来全屏展示。但是因为 PNG 格式的图片背景是透明的，适用于各种复杂背景，也可以用来当示意图或者项目符号。

以下是几个可以下载图标素材的网站。

#### (1) iconpng (见图 8-12)

<http://www.iconpng.com/>



图 8-12

评价：这是我用的最多的图标搜索网站。

## (2) easyicon (见图 8-13)

<http://www.easyicon.net/>

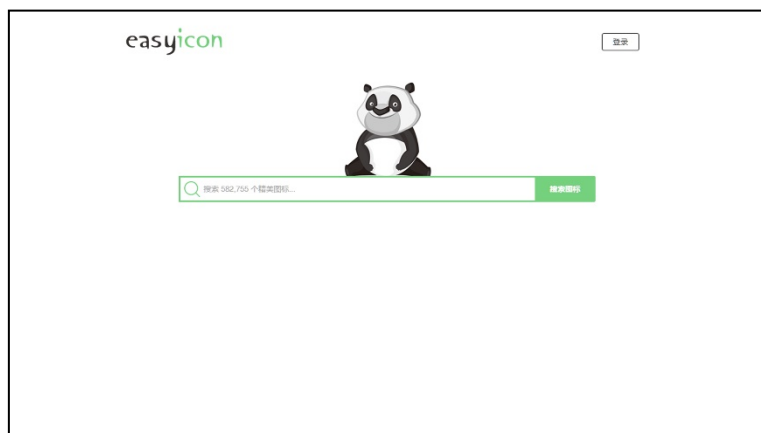


图 8-13

评价：这个网站也很好用，和 iconpng 类似，可以下载各类图标。

## (3) Iconfont

<http://iconfont.cn/plus>

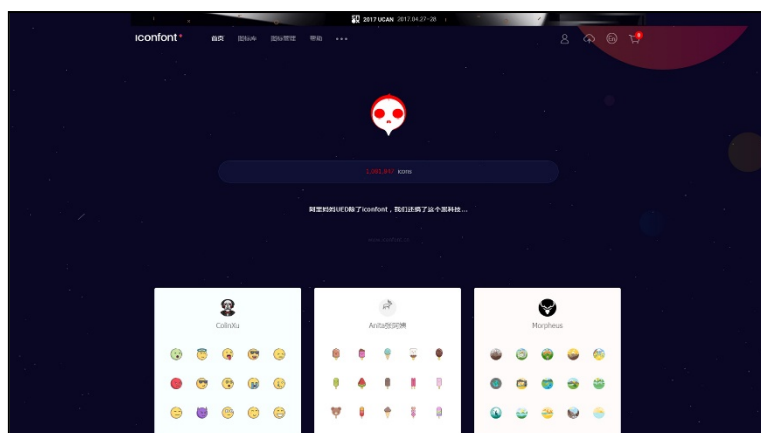


图 8-14





图片筛选、关键词后缀、以图搜图。

### 1. 图片筛选

强烈建议大家使用这个功能，无论是百度、谷歌还是必应，都有这个功能。它可以筛选图片的大小、颜色、甚至版权情况（必应）。这里仅以百度为例，通常我会使用以下几种的筛选功能。

（1）尺寸筛选：最常用的筛选功能。几乎每次搜索图片，我都会勾选“大尺寸”或者“特大尺寸”这两个选项（见图 8-16），这样搜出来的图片分辨率至少是 2000 像素以上，用来制作 PPT 足矣。

这种大分辨率的图片通常都是专业的图片素材或者电脑的桌面壁纸，这也在一定程度上保证了图片的品质。所以我强烈建议大家在每次使用搜索引擎搜图的时候，尽量使用尺寸筛选功能。

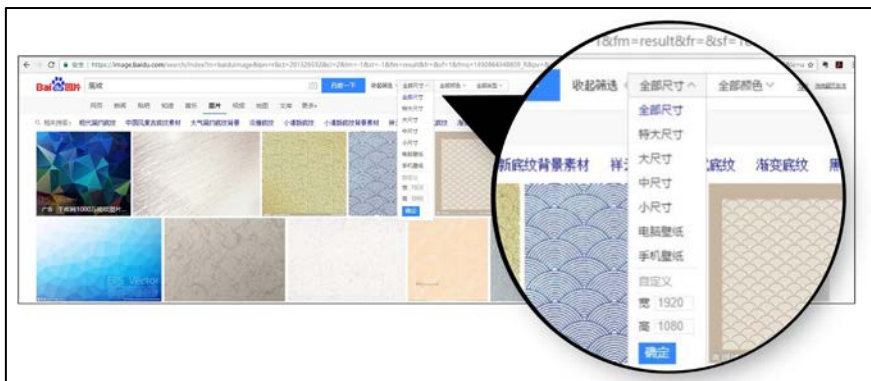


图 8-16

（2）颜色筛选：在制作白底 PPT 的时候，有时候会将图片颜色限定为白色，这样搜出来的图片大多是白色背景的，放在 PPT 当中可以和背景更好地融合。

（3）类型筛选：这个功能用的较少，偶尔在搜索人物图片的时候，会将图片类型限定为“面部特写”，以剔除一些与人物照片无关的素材。

## 2. 关键词后缀

在某个关键词搜索结果比较杂乱的情况下，我会尝试在关键词后面加上一些后缀，常见的后缀有以下几种。

“素材”后缀：当搜索结果良莠不齐时，可以尝试在关键词后面加上素材两个字，可能会让搜索引擎抓取更多素材网站的图片，从而提高图片质量。

“PNG”后缀：会搜索出更多透明背景的图片素材，减少了抠图的工作量。

“插画/手绘”后缀：有的人想在 PPT 内加入一些绘画的人物形象，于是尝试在关键词后面加入“漫画”或者“卡通”等文字。但是发现搜索结果偏低龄化，通常都是儿童类图书的插画，不太适合职场使用。如果将后缀从“漫画”或者“卡通”换成“插画”或者“手绘”，搜索结果就更实用了。

“APP”后缀：APP 的图标都是标准的圆角矩形，所以在呈现互联网企业产品的时候，不妨统一以 APP 图标的方式呈现。比如把优酷视频、爱奇艺视频、搜狐视频、bilibili 四个网站的 LOGO 放在一起，就不如把这四个 APP 的 LOGO 放在一起，后者都是圆角矩形，看上去整齐很多。所以在搜索互联网产品时，不妨增加“APP”后缀，利用 APP 图标让排版看上去更整齐。

## 3. 以图搜图

照片上有水印怎么办？搜到的图片被裁剪过怎么办？搜到的图片尺寸不合适怎么办？这里给大家介绍一个非常好用的功能——以图搜图。这个功能在百度和谷歌上都有，都很好用，下面以百度搜索为例。

如果在搜索图片的时候，发现一张还不错的图，可是尺寸太小了或者画面上有网址水印或者广告，总之你对于画质不是很满意，那么完全可以用搜索引擎搜索这张图片高清、无水印（广告）的版本，具体操作如下。

在目标图片搜索结果的右侧，找到“类似图片”板块，单击“更多”命令（见图 8-17）。这时候百度就会自动帮你检索与之类似的图片。

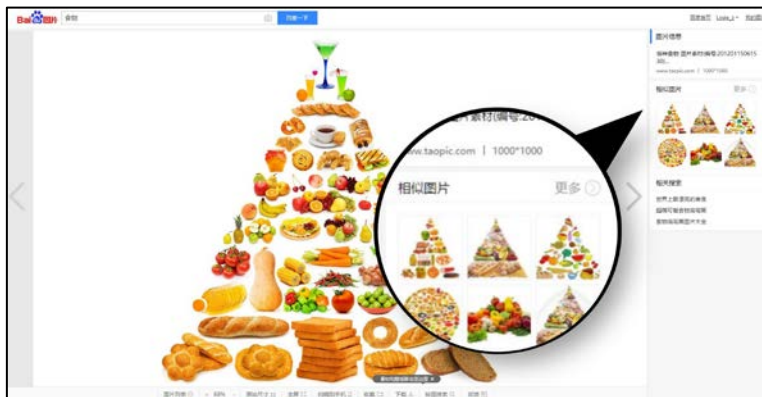


图 8-17 /

选择“尺寸从大到小”选项，这样分辨率更高，清晰度更高的图片就会排列在前面（见图 8-18）。通过这种方法，就可以通过百度找到更多无水印、无压缩的高清图片啦。

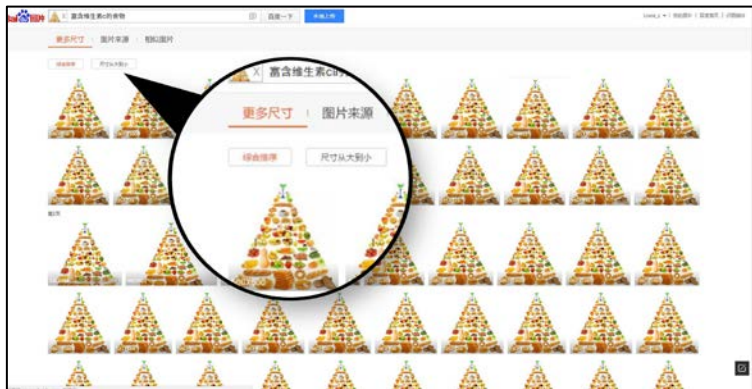


图 8-18 /

如果电脑上有一张图片，你想看看有没有更高清的版本，或者想知道图片背后背后的故事，那么可以直接在百度图片的搜索框内单击照相机图标（见图 8-19），然后上传本地照片进行以图搜图，这样你就可以在网上找到这幅图更高清的版本了。



图 8-19

同时，百度还会根据网络的搜索结果判断图片中人或者事物的名称，推测出搜索关键词。如果你不知道某幅图上的人物是谁，或者某个新闻图片背后的故事，也可以通过以图搜图轻松完成。

### 8.2.3 图片搜索思维

如果说搜索引擎是个装满宝物的房间的话，那么关键词就是打开房间的钥匙。可是往往我们明明知道可以通过搜索引擎找到成千上万的素材，可就是不知道该用什么钥匙：表示“提高产品质量”，该搜索什么？表示“个性化服务”，用什么关键词好？表示“设计独居创意”，该怎么配图？

面对这些比较抽象的事物，很多人的痛点不是“搜到的图片质量不够”，而是根本不知道该如何搜索。还是那句话，PPT 拼的不仅仅是技术，更多的是思路。我给大家贡献以下四条思路。

### 思路 1：具体落地

在搜索图片的时候，最好能使用比较明确的词汇，越是笼统的关键词，搜索的结果越繁杂。比如想要表示一个概念，“打扮”——如果用百度图片搜索“打扮”两个字，那么会发现搜索结果良莠不齐（见图 8-20）。

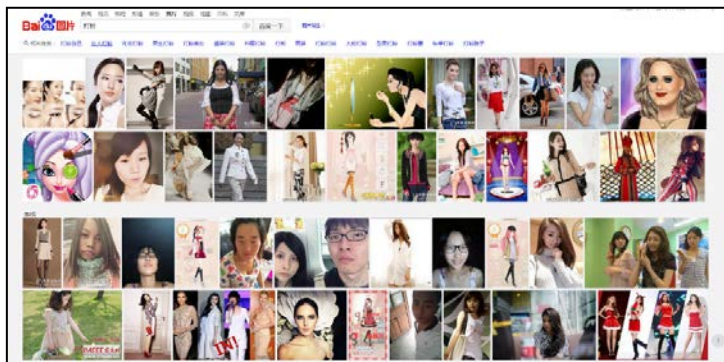


图 8-20 /

需要表示打扮这个动作时，可以具体化。想想打扮会需要什么东西呢？女生打扮可能会用到梳子、镜子、口红等物品（见图 8-21）；而男生打扮可能会用到刮胡刀、衬衫、领带等物品（见图 8-22）。如果你要表述的内容是打扮，不如直接以涉及到的具体事物作为关键词进行搜索。一旦搜索关键词变成了具体的物品，那搜图就容易多了。



图 8-21 /



图 8-22 /

有时候我们讨论的事物是完全抽象的，没有具体形象。那么这个时候又该怎么办呢？这个时候就要注意类比或者同感——把其他感官信息转换为视觉信息。比如很多饮料公司或者啤酒公司，为了表示夏天喝饮料的凉爽，经常会往宣传品背景上塞满冰块、泳池、雪山等在生活中象征着凉爽的事物，这个过程其实就是类比的过程。

假设你要介绍一款耳机，并且想要表达耳机的还原度高，用户使用时仿佛亲临现场，那么应该搜什么呢？“还原度高”还是“亲临现场”？当然都不是！你应该把“现场”这个词具体化，比如搜索“演唱会”“交响音乐会”“爵士乐手”“小号”“萨克斯”等（见图 8-23）。



图 8-23 /



所以在没有思路的时候，不妨做一下头脑风暴，看看产品具有什么特点，这些特点在生活中分别有什么样的参照物。

### 思路2：情感共鸣

如果相关的文本实在不好具体化，那我还有一个办法——情感共鸣。你的产品也许没办法具体化，但是产品所涉及的情感你总能想到吧？

人的大脑当中有一个相当古老的区域是用于面部识别的。这块区域是如此的强大以至于很多时候我们很容易就会把身边的事物看成人脸：比如路边的石头、床头的插座、窗外的树木等。所以如果你将某种人物的正面照当配图，那么也可以悄无声息地感染观众，引导观众产生相同的感受。

假设你是一个生产智能手机的厂商，你的产品大大改善了安卓系统使用久了就变得卡顿的问题。如果不愿意那么早就揭示产品的真面目，放一个用户愤怒的表情，也足以揭示“手机卡顿”这个痛点有多么招人烦了。

表情是通用的，同样是愤怒的表情，它几乎可以用在生活中所有让人不满、崩溃的场景当中：手机卡顿（见图8-24）、共享单车没法骑（见图8-25）、银行转账时间长、服务商暗箱操作扣费、上班迟到……



图 8-24 /



图 8-25 /

不过在使用面部表情来调动情绪时，尽量使用真实的表情图片，不要使用卡通形象，表情符号或者动态表情包。这些元素会拉低页面的档次。另外也要注意使用频率，如果 PPT 每三张用一个哭泣图片，每五张用一个笑容图片，就会让观众觉得莫名其妙。

表情图片的常见用途如表 8-1 所示。

表 8-1

情绪	常见用途
欢乐	表达使用产品之后的满足感
恐慌 / 痛苦 / 哭泣	表达用户的不满，亟待改善
惊喜	在对比竞品之后，推出本公司产品，突出其特点
疲倦	对于已有产品一成不变的不满

思路 3：手部动作

我以前特别喜欢看的一部美剧叫作《Lie to Me》，里面的主角 Lightman 是个谎言识别专家。他和他的团队会从面部表情、肢体语言、言语措辞等多个方面分析一个人是否撒谎，帮助相关部门侦破案件。现在不妨一起做一个试验：请看下面这张图片（见图 8-26），你会联想到什么词汇呢？





图 8-26 /

也许你会觉得这个人很紧张，也许你会觉得这个人很注重仪表，也许你觉得这个人是个细节控……



图 8-27 /

再举一个例子，这张手部的图片（图 8-27），既可以用来表示制造陶器，还可以用来阐述练习的重要性，此外也完全可以用来阐述耐心与工匠精神。可见手部动作与面部表情类似，涵盖范围非常广。

常见的大拇指，可以象征几乎所有的积极词汇；而伸出一根手指头可以代表

数字一，也可以代表点按或者触摸；拳头都可以代表攻击、愤怒、奋斗等多个意思……所以在你想表示的内容很抽象的时候，手部动作往往是一个可能出奇制胜的思路。

而且手部动作的素材也特别丰富，上面的两张图片（见图 8-26 和图 8-27）都是我从 Pixabay 网站上以“hand”为关键词搜索到的。而在百度上，想要搜索手部相关素材，通常可以用三个关键词：手势特写、手部动作、手指。通过这些方法，可以搜索到大量丰富的手部动作素材，这些素材能涵盖相当一部分的场景。一些常见的手部动作及其寓意如表 8-2 所示。

表 8-2

手部动作	常见寓意
伸出手指	简单，触手可及 / 互动，进行选择
大拇指	向上表示好，满意 / 向下表示不满，愤怒
拳头	愤怒与攻击 / 奋斗与努力
握手	合作 / 团结 / 帮助 / 友好
手掌竖起	制止停止 / 忍受不了 / 反抗与不满
手持放大镜 / 听诊器	审查与检测 / 细致与细节
抚摸物品	忐忑不安 / 喜爱物品 / 凸显质感
手持书本/纸笔	学习 / 教育 / 获取信息 / 签署合同

思路 4：网络语言

之前在介绍 PNG 图片网站的时候讲到，PNG 图片主要是手机、电脑的各种软件和应用图标。所以我们在搜索图标的时候，一定要把自己的搜索关键词换成电脑或者网络语言才可以。

以 iconpng 网站的图标搜索为例，假设我想用两个图标分别代表经理和职工。如果直接搜索“经理”或“职工”会发现效果非常不理想。这并不是说明这个网站的图标库太小了，而是搜索的方式不对。在网络世界中，一个西装领带的人物图标往往表示计算机上的一个管理员账户。所以，如果你想搜一张代表经理、老总、专业人士或专家的图片，那么搜索以上关键词，还不如搜索“管理员”有效。

同样的道理，如果搜索“信封”没有好的图片，那么不如搜索“邮件”；如果

搜索“小房子”图标搜不到，那么不如搜索“主页”；如果搜索“双向交换箭头”搜不到，那么不如搜索“刷新”。这些都是 APP 或者软件上常见的功能按钮，只要你留意，就能很容易摸索到搜索图标的高效关键词。一些常用的图标搜索关键词如表 8-3 所示。

表 8-3

内容关键词	搜索关键词
领导 / 员工 / KOL	管理员 / 用户
财务，收益，经费	钱 / 钱包 / 美金
会员，VIP	黄金 / 钻石 / 卡 / 沙发
日常工作 / 职场 / 工作岗位	本子 / 电脑 / 合同 / 办公桌 / 办公椅
合同	文档 / 合同 / 协议 / 纸张
自媒体 / 新媒体	手机 / 键盘 / 麦克风
网络服务	网络 / 链接 / 云 / 上传
检查、监督	放大镜
沟通、联系	电话 / 邮件 / 信封 / 微信
宣传、推广	喇叭 / 扬声器 / 麦克风
学习、教育	本子 / 学士帽 / 图书 / 学校 / 黑板
提交、汇总	向上的箭头 / 手 / 文件夹 / 抽屉
交换、战略合作	刷新 / 交换
保障、保护	盾牌 / 雨伞 / 保险柜

PPT 的图片处理功能

PowerPoint 虽然是一个演示软件，但是其功能较为完善，也整合了一部分图片处理的功能，而且随着 PPT 版本的不断更新，其图片处理功能也越来越完善。不过我们必须要知道，图片处理不是演示软件的本职工作，如果对图片处理有较高的要求，那么建议选用专业的图片处理软件。

在 PPT 中插入一张图片，当图片处于选中状态时，在功能区顶部会出现一个“图片格式”选项卡。接下来我就会对该选项卡中常用的三项功能进行分析。

### （1）裁剪

可以裁减掉图片的多余部分。

- 裁剪时，按住【Shift】键，可以避免在拖曳图片时出现图片比例变化的问题；
- 在“裁剪”下拉菜单中，可以选择将图片裁剪为各种形状。需要注意的是，如果想将图片裁剪为圆形，则必须保证图片为方形，否则裁剪出的形状为椭圆形。
- 在 PowerPoint 2010 以上的版本中，可以在图片裁剪时将其纵横比设置为“固定纵横比”。

### （2）着色/颜色

着色功能允许更改图片的色调。在 PowerPoint 2007 以上的版本中均有这个功能（在 PowerPoint 2007 版本叫“重新着色”，在 PowerPoint 2010 及以上版本中叫“颜色”）。

- 重新着色的六种颜色默认选择的是 PPT 当前的主题颜色。所以如果希望调整着色的颜色种类，可以参考第 1 章内容对主题颜色进行调整。
- 在重新着色时，我最常用的颜色是灰色和浅灰色变浅效果。
- 如果想在图片上覆盖一个半透明色块，却发现图片与色块的颜色互相干扰的时候，我就会把图片着色为黑白或者淡灰色，这样既保留了图片的内容与轮廓，又避免了颜色干扰。

### （3）抠图

抠图技术的用处就是去除图片的背景。不过 PowerPoint 2010 以下版本的抠图功能较弱，只能去除图片中的单色背景。

方法 1：去除背景色。在颜色菜单下选择“设置透明色”，然后在想要去除的单一颜色上单击即可。

方法 2：删除背景。在 PowerPoint 2010 以上版本中有这个功能，单击之后，

会出现一个可选的区域框，被删除部分会变成紫色。我们可以通过拖曳区域框以及增减标签的方式对图片进行调整。

## 8.3

## 图片“傻瓜式”处理

### 通栏的处理

在上下架构当中，提到了“图文三明治”结构。这种结构中有一幅横向的窄条图片，相当于网页中的横幅，所以我通常把这种图片称之为通栏图片（见图 8-28）。可是很多学员在实际动手操作的时候，发现自己虽然明白“图文三明治”结构，但是通栏图片非常难找。所以这一节就来告诉大家，制作通栏图片的三种方法。



图 8-28

### 直接裁剪图片

制作通栏图片，最简单的方法就是裁剪。如果图片重点集中，裁剪掉周边内容后仍然可以保留比较完整的信息，我们就可以对图片直接进行裁剪操作。在裁剪后，图片就可以与文字同时呈现在页面上，形成工整的图文上下排版（见图 8-29）。

和图 8-30)。



图 8-29 /



图 8-30 /

此外，你还可以在图片上覆盖半透明矩形，并且添加一些文字注释，帮助观众理解图片或文字内容（见图 8-31）。



图 8-31 /

但是在实际制作 PPT 的时候，我们会发现并不是所有图片都可以大刀阔斧裁剪的，主要的问题有两个：有的图片裁剪过后可能会造成图片信息不完整，比如人物图片经过裁剪之后人物被“砍头”；而有的图片本身尺寸不够大，裁剪之后放大占满整个屏幕时，图片会变得很模糊（见图 8-32）。像这类不太适合大规模裁剪的图片应该如何处理呢？



图 8-32 /

纯色矩形填充

如果图片是纯色背景，通常是白色或黑色背景的专业图片素材，那么可以直



接利用取色的方法获取背景的颜色，绘制一个纯色的补充矩形即可（见图 8-33）。



图 8-33 /

不过在添加补充矩形之后，需要注意两个问题：首先，不要让图片上的元素太小。在本页面中（见图 8-34）表示嗅觉的狗鼻子在整个通栏中占的比例就有点偏小了。这时候我们可以适当裁剪并放大图片，让狗鼻子在页面中占的比例大概提升到 30%，页面布局会更加平衡，视觉冲击力也会更强（见图 8-35）。



图 8-34 /





图 8-35 /

但是在处理白色背景图片的时候需要注意，由于大部分模板都是白色背景，所以图片容易和背景融合到一起，所以建议在图片下方衬托一个纯白色的矩形，并且加上黑色边框轮廓。这样做可以更加明确图片的视觉范围，让图文排版显得更加工整（见图 8-36）。



图 8-36 /

### 渐变矩形填充

当图片背景不是纯色的时候，无论是渐变背景还是较为复杂的背景，都可以

用渐变色填充的办法制作通栏图（见图 8-37）。



图 8-37

利用从不透明到透明的渐变色块，我们可以将图片平滑过渡到纯色背景。在扩展图片面积的同时还可以放置一些文字关键词或者关键句，帮助观众更快地理解页面内容（见图 8-38）。



图 8-38

不过在设置渐变色块的时候，需要注意渐变光圈的位置，具体操作步骤如下。

1. 插入一个矩形，高度与图片相同，宽度盖过图片 30%~50% 左右。
2. 在形状格式中选择“渐变填充”。
3. 在渐变填充中留下 2 个光圈标签，一个设置透明度为 0，另一个则为 100。
4. 调整透明度为 0 的标签，使渐变色块的起始点盖过图片的边缘。

在渐变的颜色选择方面，最好是图片中已有的颜色。你也可以使用取色功能，让渐变色块的颜色与图片本身的颜色更加协调。总之，调整完毕之后，使图片可以完美地融入纯色背景中（见图 8-39）。



图 8-39

## 图标的处理

对于图标，我们已经不再陌生了，图标实际上就是起到示意图作用的小型图片，我们曾经在第 7 章提到了图标，例如并列板块示意图、组织结构图等。本节主要关注在实际应用过程中可能会遇到的各种困惑。

### 图标风格怎么选？

在制作职场 PPT 的过程中，首先会遇到的难题就是风格不统一的问题。比如图 8-4 所示的页面用于介绍公司，希望在右侧的电话、邮箱、地址前方添加电话、邮件、地图共三个图标。

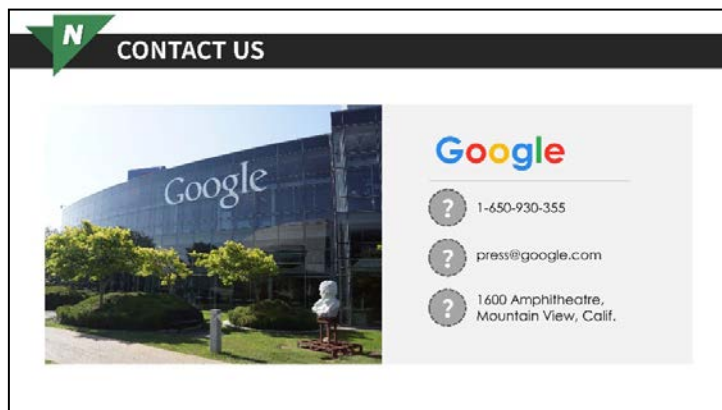


图 8-40 /-

于是我就进入 [iconpng](#) 网站进行搜索。第一个需要搜索的图标是电话。以下六个图标（图 8-41）都是以“电话”为关键词搜出来的图标。这六个图标无论从形状、颜色、风格各个方面看都有各自的特点，应该用哪个呢？



图 8-41 /-

有的人可能觉得扁平风格比较好，有的人又会糖果风格比较适合自己。但是作为一名实用主义者，我认为哪种风格能凑齐想要的所有图标，就是好风格。在

iconpng 的网站上，图标右侧有一个“系列”属性，单击进去可以看到同系列的相关图标，风格和当前的图标是一致的（见图 8-42）。



图 8-42

于是我就针对刚才这六个图标都进行了系列检索，看看六个系列图标当中是否可以找齐“电话”，“邮件”，“地址”这三项内容。搜索结果发现，只有 A 系列、D 系列和 F 系列能够找齐所需图标（见图 8-43）。所以如果希望公司介绍页面的图标风格统一，颜色协调，就应该选择 A 系列、D 系列或者 F 系列的图标。



图 8-43

### 百搭风格：纯黑

不过问题来了，为了确保图标风格一致，每次都要搜索整个系列的所有图标，确实很麻烦。而且无论是什么系列，都很难涵盖所有的图标内容。在实际工作中如何才能提高搜索图标的效率呢？

在日常工作中，我通常只会搜索一个系列的图标——黑色无背景的图标，也就是上面案例中的 A 系列。为什么呢？因为黑色无背景的图标是最容易找全的，无论搜索的关键词是什么，至少一半以上的图标都是这个风格。而且黑色百搭，所以无论你的 PPT 是什么颜色的，用黑色系的图标就不必担心颜色冲突问题——简单的黑色图标加上一个圆形轮廓，就是非常简洁明确的项目符号（见图 8-44）。

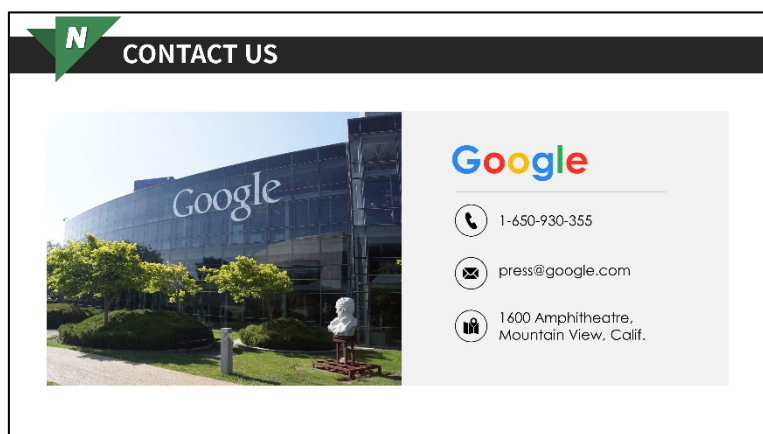


图 8-44

搜索黑色无背景的图标时，你可能会发现有时有深灰色的图标“伪装”在其中。虽然都是深色系，但是当纯黑色和深灰色图标放在一起的时候，就会显得很参差不齐。这时候只需要做一下小小的调整，就可以让所有的图标统一变成黑色（见图 8-45）



图 8-45 /

选中需要变色的图标，打开图片工具中的格式选项卡，展开“颜色”面板，在重新着色中选择“黑白：75%”你就会发现所有选中的图标，无论是深灰还是浅灰，都变成了黑色。

### 百变风格：纯白



图 8-46 /

如果你觉得纯黑色的图标太单调不够好看，不用担心，一招让你的黑色图标变得丰富多彩。有的同学可能会想到刚才用到的着色功能，不过你研究一下就

会发现，纯黑色的图标用这种方法能改的颜色其实非常有限。而我有一个秘诀：想要快速改变图标的风格和颜色，关键不是改变图标本身的颜色，而是改变图标背景的颜色（见图 8-46）！知道这个秘诀之后，事情就好办了。

（1）在图标上单击右键，在快捷菜单中选择“设置图片格式”命令。

（2）进入“图片更正”菜单，将亮度调整为 100%，这时候图标就变成了纯白色。

（3）将图标剪切后再粘贴，在“粘贴选项”中选择“图片”，这样就相当于生成了一张独立的白色图片。这一个步骤非常重要，如果不进行这一步操作，那么这个图标在未来展示的过程中有可能会变成纯白色的方块。

（4）给图标搭配各种各样的背景，就形成了各种各样的风格。

在图 8-47 中展示了一些简单的例子，你仔细观察就会发现，无论风格、颜色、形状如何改变，只有一样万变不离其宗——纯白色图标。



图 8-47 /

综上所述，在寻找图标的过程中，效率最高、效果最好的方法就是只选择纯黑色无背景的图标，因为纯黑色是百搭的。如果你学会如何把黑色图标变为白色图标，就又打开了新世界的大门——白色图标是百变的。



## 图片墙的处理

鹿先生负责品牌陈列考核工作，所以在工作总结中有一个页面列出了各个门店符合规定和不符合规定的情况，并且有配图说明。在制作这个页面的时候，鹿先生遇到的主要问题是如何提高制作效率。

由于实地考察的情况复杂，所以 PPT 里放的照片有的是用相机拍的，有的是用手机拍的，有的则是网上找的。此外，PPT 里的图片有大有小，有横向的有竖向的，显得很乱。在插入 PPT 的时候，图片大小不同，逐个统一大小非常费时费力，何况后期还要对齐、排版等，有没有快速搞定这些图片的技巧呢？

### 自动拼接图片

在拼接图片墙方面，推荐一个网站：图丫丫 (<http://www.tuyaya.com/pj.php>)。图丫丫的拼图功能和美图秀秀不同，拼接的图片之间没有白边，更适合制作图片墙（见图 8-48）。

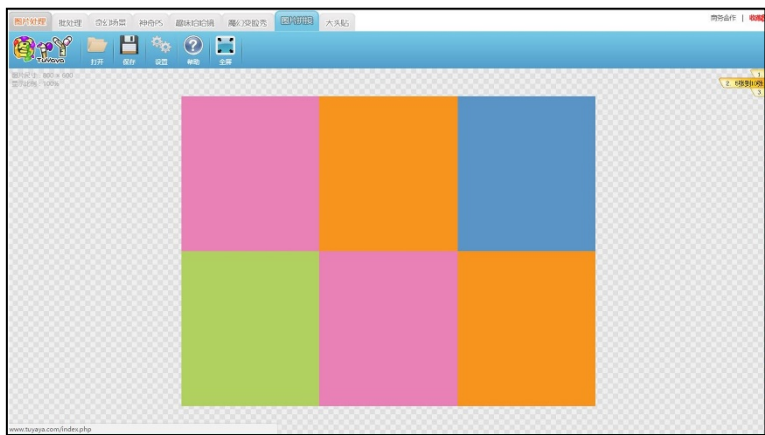


图 8-48

对于比例为 16:9 的 PPT，推荐使用这种 3×2 排列的拼图形式。因为一页 PPT 可以整整放置 12 组这种拼图，刚好铺满整个屏幕。如果没有那么多图片，那么你可以将已有拼图复制多次，仍然可以实现很好的效果（见图 8-49）。

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12

图 8-49 /

比如我利用 12 张人物照片，拼接了两组 3×2 的拼图（见图 8-50）。通过复制和排版，完整地铺满了整个页面。搭配上半透明矩形和文本框，就形成了美观的图片墙（见图 8-51、图 8-52 和图 8-53）。

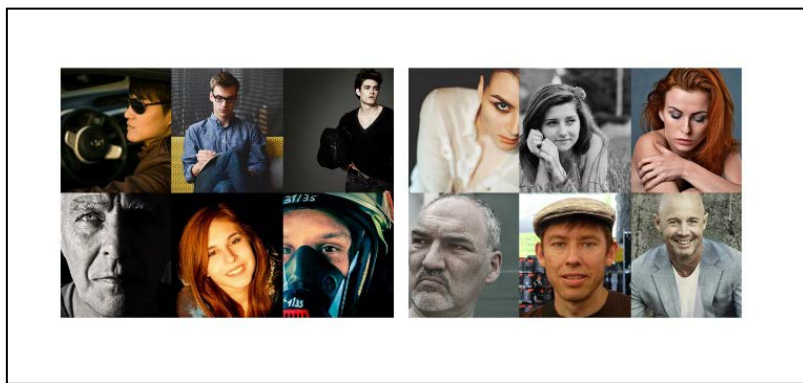


图 8-50 /



图 8-51 /



图 8-52 /



图 8-53 /

### 手动拼图：统一图片

如果不方便使用网络，或者希望手动拼图以实现更多的效果，那么可以选择手动统一图片纵横比和大小。

如果图片都是横向的，通常我都会把图片比例统一调整为 4:3，这样排版比较方便。但是如果图片有横向的有纵向的，我就会把所有图片都调整为 1:1（即正方形），这样图片就不分横竖了，比例统一，排列整齐。

对于 PowerPoint 2010 以上版本，在“裁剪”的下拉菜单中，有一个选项叫作“纵横比”，可以将图片裁剪为特定比例的图片，不需要联网或者额外的插件（见图 8-54）。该操作的缺点就是必须逐张调整，无法批量自动化完成。



图 8-54

在调整完图片比例之后，选中所有图片（按【Ctrl+A】组合键或者用鼠标拖曳选中均可）。选择“图片工具”选项卡中的“格式”菜单，在右侧会看到“高度”和“宽度”两个数值框，手动在高度框中输入一个数字（例如 4），然后按【Enter】键。这时候所有的图片的高度都被统一为 4 厘米了。

因为图片的纵横比已经统一了，所以高度相同时，宽度必然相同——图片的大小就统一了（见图 8-55），最后只需要把图片排列整齐即可。



图 8-55

### 多张图片如何突出重点

在讲解某个活动，或者讲解多个产品的时候。我们经常会遇到这种情况：多张图片需要同时出现，并进行逐张讲解。很多人都会采用动画的形式，让图片一张一张出现，以免观众因为图片太多而忘记主讲人在讲哪张图。

在 Keynote 中，有个很好的动画效果叫作神奇移动，只需要改变各个页面之间的图片大小，软件就会自动补全两个页面之间的过渡动画。简而言之，Keynote 可以很轻松地对多个对象随意更改大小。而在 PowerPoint 2016 版本中，也引入了“变体”动画，实现类似的效果。

如果你使用的并不是 Keynote 或者最新版本的 PowerPoint 也不用担心，下面介绍一个很简单的办法，能够轻松地实现在多张图片中突出重点。

(1) 首先将所有需要的图片插入 PPT，并排列整齐。

(2) 复制当前幻灯片页面，有多少图片就复制多少次。比如案例中有三张图片，就复制三次，加上原稿本身，一共四个页面。为了方便讲解，这里将四个页面分别命名为 A 页、B 页、C 页、D 页。

(3) A 页幻灯片不动，利用重新着色功能将 B 页、C 页、D 页幻灯片中的非重点图片改变为浅灰色（如果是深色背景的面则可以图着色为深灰色）。如

果有相关文本框，也可以将相关文本框改为灰色。

(4) 将 A 页、B 页、C 页、D 页四张幻灯片依次切换，就会发现几张图片由全彩变成逐张点亮。观众的视线一下就会被吸引到彩色图片上。

这种方法熟练运用之后，制作快捷，调整起来也很简单。比如目前图片是按照 1、2、3 的顺序点亮的，如果希望图片按照 3、2、1 的顺序点亮，只需将 B 页、C 页、D 页三张幻灯片调整一下顺序，变成 D 页、C 页、B 页即可——不用进行复杂的动画设置，调整的结果也直观可视。

### 图片去瑕疵

在网上搜集图片的时候，难免会遇到图片不合适的情况。比如某张图片也许符合你的要求，可是尺寸太小，或者不够清晰，又或者有各种各样的瑕疵。如果图片尺寸太小，我个人推荐通过搜索引擎采用以图搜图的方法寻找高清图（参见前文）。但是如果图片上有诸如商标、网址之类的瑕疵，那么可以通过简单的 PPT 处理去除。

### 简单覆盖背景

在处理背景较为简单的图片时，可以直接通过 PPT 去除瑕疵（见图 8-56）。



图 8-56 /

(1) 在图片上绘制一个矩形（或圆形），利用取色器或 RGB 代码将图形的颜色调整为与背景一致，将矩形覆盖在瑕疵上。

(2) 同时选中图形和图片，并将其剪切、粘贴。在“粘贴选项”中选择“图

片”。这时候两者就合并为一张图片了，瑕疵也就看不到了。

### 第三方软件

如果你觉得图片背景太复杂，或者 PPT 版本不支持取色器，那么不妨借助第三方软件，例如 Photoshop、美图秀秀等软件，更快更好地完成去除瑕疵的工作。美图秀秀中就有个工具叫作“消除笔”，可以轻易去除图片中的小瑕疵和网址水印，操作简单而且效率很高，不妨一试。

# 09

第 9 章

清晰明确地  
呈现数据



除了叙述性的文字和观赏性的图片，PPT 里还有一个常见元素，那就是数据图表。在阐述销售业绩、工作成绩、年度目标等信息的时候，各类表格和数据图是必不可少的。而数据可视化已经成为了一项非常庞大的工程，每当有大事件出现时，很多咨询公司纷纷推出“一分钟让你看懂 XXX”之类的数据报告。

数据信息图里的内容实在太多，单独写一本书都绰绰有余。但是在日常简单的汇报中，PPT 往往只是简单地用于呈现数据，甚至是一次性展示，并不需要把数据图表设计得那么高端。所以本书只是告诉大家一些小秘籍，帮助大家把工作中的数据图和表格做得尽可能清晰一些。

9.1 表格优化三部曲

表格是最常用来呈现数据的方式。而每次遇到表格，我都会用自己总结的三部曲统一美化表格，让所有的表格看上去简单清晰，整齐划一（见图 9-1）。



图 9-1

优化表格涉及到两个最基本的表格调整：调整边框和调整底色。当选中某个

表格的时候，PPT 顶部右侧会出现“表格工具”选项卡。而在该选项卡中就有“边框”和“底纹”两个选项。而我将以下面这个页面（见图 9-2），为大家演示表格优化三部曲。

N 工作表格处理				
熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对厂生产的产品的用途、性能、参数基本能做到有问必答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、安装。依据厂总体安排代理产品，通过自己对陕北区域的了解，总结了当前客户的跟进情况。				
项目名称	涉及产品	项目进度	负责人	备注
XXX嘉园	A / B / C	已完成	小王	明细内容
XXX创业园区	A / B	进行中	小李	明细内容
XXX工业园区	C	交涉中	小王	明细内容
XXXXX工业开发区	B / C	交涉中	小张	明细内容
XXXXX写字楼	A / B / C	已完成	小刘	明细内容
XXXXX SOHO	A / B	已完成	小赵	明细内容

图 9-2 /

第一步：调整底色

取消表格镶边行样式（每行颜色深浅交错的样式），或手动将表格的底色统一调整为透明或白色（图 9-3）。因为有线条，所以镶边行不仅存在价值并不高，而且会让页面颜色变得纷繁杂乱。

N 工作表格处理				
熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对产品的用途、性能、参数基本能做到有问必答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、安装。依据厂总体安排代理产品，通过自己对陕北区域的了解，总结了当前客户的跟进情况。				
项目名称	涉及产品	项目进度	负责人	备注
XXX嘉园	A / B / C	已完成	小王	明细内容
XXX创业园区	A / B	进行中	小李	明细内容
XXX工业园区	C	交涉中	小王	明细内容
XXXXX工业开发区	B / C	交涉中	小张	明细内容
XXXXX写字楼	A / B / C	已完成	小刘	明细内容
XXXXX SOHO	A / B	已完成	小赵	明细内容

图 9-3 /

## 第二步：调整线条

使表格只保留横线，不保留竖线。在去除竖线之后，绝大部分表格仍然有很强的可读性，而且因为线条减少了，表格看上去清晰很多（见图 9-4）。

N

工作表格处理

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对产品的用途、性能、参数基本能做到有问必答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、安装。依据厂总体安排代理产品，通过自己对陕北区域的了解，总结了当前客户的跟进情况。

项目名称	涉及产品	项目进度	负责人	备注
XXX嘉园	A / B / C	已完成	小王	明细内容
XXX创业园区	A / B	进行中	小李	明细内容
XXX工业园区	C	交涉中	小王	明细内容
XXXXX工业开发区	B / C	交涉中	小张	明细内容
XXXXX写字楼	A / B / C	已完成	小刘	明细内容
XXXXX SOHO	A / B	已完成	小赵	明细内容

图 9-4

通常我只会保留“上框线”“下框线”“内部横框线”这三种线条。而且如果有必要，我会把上、下框线设置得粗一些（例如 3 磅），并把内部横框线设置得细一些（例如 1 磅）。

## 第三步：突出标题

大部分表格的第一行和第一列都是标题行，相对其他内容，其更加重要。所以我们需要在颜色上加以区分。在视觉上，深色比浅色更能吸引观众的注意力，所以标题行的颜色要比正文稍微深一些（见图 9-5）。表格的配色最好和模板的主要颜色相一致，这样看上去才能和页面更加协调。我通常会采用以下两种配色方案。

N

工作表格处理

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对产品的用途、性能、参数基本能做到有问必答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、安装。依据厂总体安排代理产品，通过自己对陕北区域的了解，总结了当前客户的跟进情况。

项目名称	涉及产品	项目进度	负责人	备注
XXX嘉园	A / B / C	已完成	小王	明细内容
XXX创业园区	A / B	进行中	小李	明细内容
XXX工业园区	C	交涉中	小王	明细内容
XXXXX工业开发区	B / C	交涉中	小张	明细内容
XXXXX写字楼	A / B / C	已完成	小刘	明细内容
XXXXX SOHO	A / B	已完成	小赵	明细内容

图 9-5

- (1) 采用模板主色（见图 9-6 左图），第一行颜色为模板主色（例如绿色），第一列颜色为同色系的浅色（例如浅绿色）。
- (2) 将模板主色和深灰色配合（见图 9-6 右图），第一行颜色为深灰色，第一列颜色为模板主色。

主色 + 主色浅

项目名称	涉及产品	项目进度	负责人	备注
XXX嘉园	A / B / C	已完成	小王	明细内容
XXX创业园区	A / B	进行中	小李	明细内容
XXX工业园区	C	交涉中	小王	明细内容
XXXXX工业开发区	B / C	交涉中	小张	明细内容
XXXXX写字楼	A / B / C	已完成	小刘	明细内容
XXXXX SOHO	A / B	已完成	小赵	明细内容

深灰色 + 主色

项目名称	涉及产品	项目进度	负责人	备注
XXX嘉园	A / B / C	已完成	小王	明细内容
XXX创业园区	A / B	进行中	小李	明细内容
XXX工业园区	C	交涉中	小王	明细内容
XXXXX工业开发区	B / C	交涉中	小张	明细内容
XXXXX写字楼	A / B / C	已完成	小刘	明细内容
XXXXX SOHO	A / B	已完成	小赵	明细内容

图 9-6

经过以上三步的处理，表格就会看起来更加清爽、清晰。这个方法普遍适用于大部分的表格。一般我在制作 PPT 时，拿到一个表格就会首先按照这三部曲进行标准化处理。

## 9.2 数据图优化三部曲

在 PPT 中，除了表格，饼状图、条形图、柱状图等这类数据图也是常见的数据呈现方式之一（见图 9-7）。无论是用户调研还是业绩汇报，数据图都必不可少。

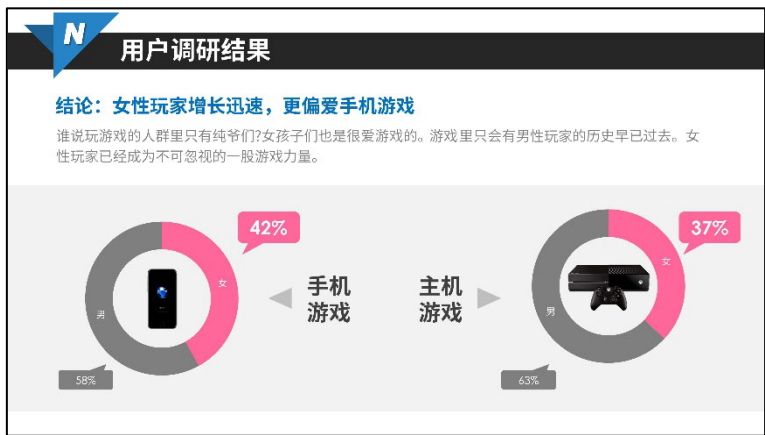


图 9-7

之前讲了表格的标准化处理，而对于数据图，我也有一些标准的操作规范，可以让图表变得清晰。让我们先了解一下日常使用的数据图种类。

### 常见数据图种类

常见的数据图就是这 7 种（见图 9-8），而且不建议使用任何 3D 效果。这 7 种数据图还可以根据需要互相转换。

- 条形图和柱形图可以互相转换；
- 如果想查看柱形图的趋势，那么可以将其转换为折线图；
- 在既有柱形图又有多个饼状图的时候，可以考虑堆积柱形图（既有总量又有占比）；

- 单纯占比用饼图或圆环图，多组占比可以用对百分比堆积条形图或者圆环图。



图 9-8 /

在选定数据图的类型并制作好数据图之后，我们需要对其进行优化，让观众更容易看清数据内容。和表格类似，我也总结了数据图优化三部曲。

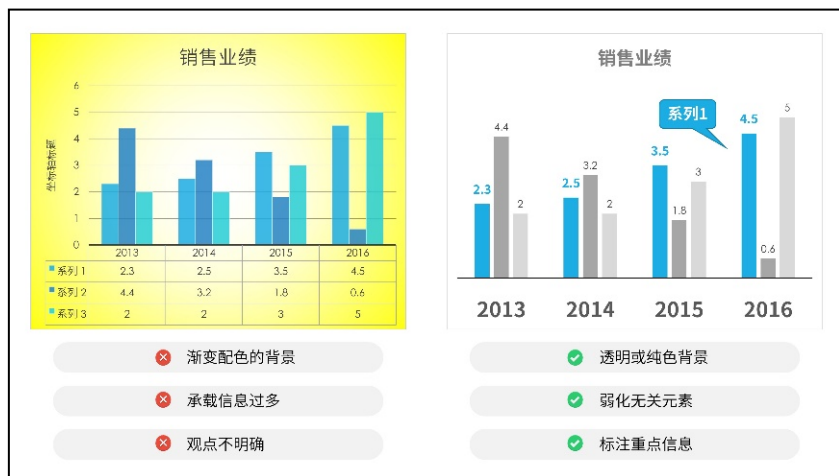


图 9-9

### 第一步：调整背景

选择简洁的背景，避免使用过于夸张的渐变背景、花哨的图片背景。

### 第二步：去除无关元素

(1) 去除所有的 3D 效果。3D 效果不但不能使你的数据图更有说服力，而且还会干扰观众正常阅读。除了在素材非常少，或者绘制特殊数据图的情况下可以使用，否则不建议在日常工作中使用带 3D 效果的数据图表。

(2) 去除多余的背景网格线。这些线条的本意是帮助观众更好地对比数据图和纵坐标的比例关系。但是如果页面上的信息已经很多了，那么可以精简这些线条，甚至还可以把纵坐标删掉，直接添加数据坐标，把数字放到在每个图形上。

(3) 去除不必要的数据表格。PPT 是一种用于辅助演示的材料，而不是打印出来的阅读材料。所以当表格和条形图同时出现时，观众可能会觉得信息量太大。

(4) 将无关变量变成灰色。如果你的数据图表是用来支持某个明确观点的，不妨把与观点无关的数据变成灰色（可以用颜色深浅区别不同数据）。这样观众可以一眼看出你真正想强调的数据。

### 第三步：添加标注信息

在数据图表制作完毕之后，还可以在图表上增加更多的相关信息，比如增加数据标注、文字备注等更多数据。

#### （1）重点数据

如果想要强调某个重点的数据，不妨单独用一个会话气泡标识出来。单独绘制的气泡可以增加数据的视觉面积，让数字更容易看清，更加吸引观众的注意力。

利用圆角矩形的气泡标注重点数据，让数据更加明显（见图 9-10）。

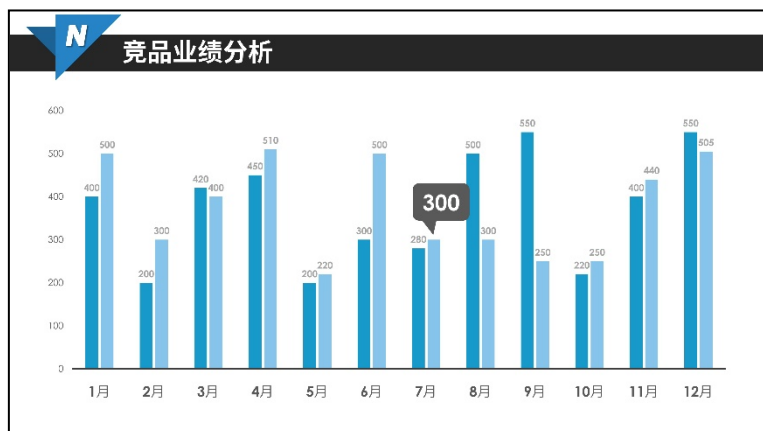


图 9-10

利用圆形气泡标注图表细节（将数据图截图，并将截图裁剪为圆形，如图 9-11 所示）。



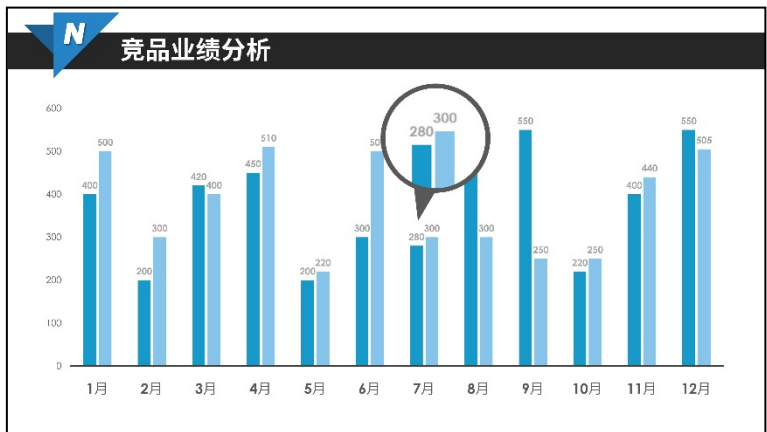


图 9-11

## (2) 文字注释

如果一个页面上的图文内容具有一定的相关性，还可以利用“肘形连接符”进行连接，给图表增加文字备注（见图 9-12）。

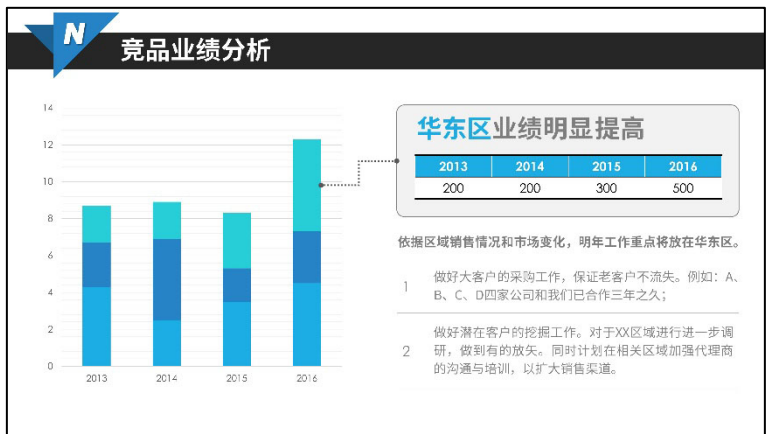


图 9-12

在本案例中同时用到了数据图和表格。

### (3) 更多数据

有的时候，除了原始数据，可能还需要在数据图中叠加更多数据。比如下面案例当中，蓝色区域表示 2015 年和 2016 年的业绩原始数据（2015 年的原始数据用深蓝色表示，2016 年的原始数据用浅蓝色表示），而橙色线条表示行业平均数据。这样将折线图与柱形图叠加在一张图表上，每个月的业绩是否高于行业均值就一目了然了（见图 9-13）。

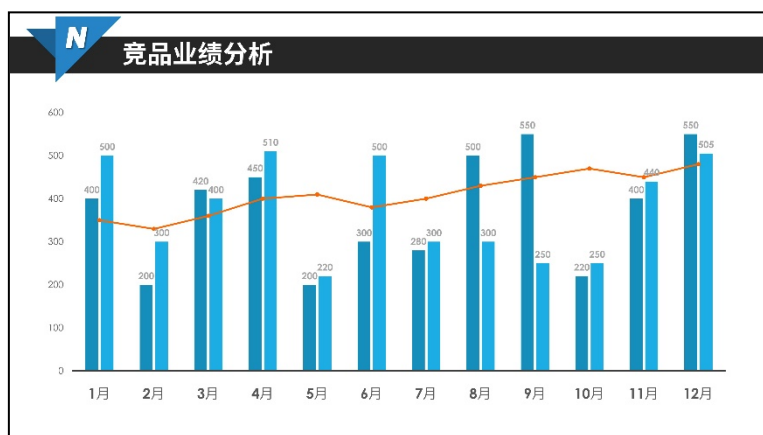


图 9-13

想要制作这类叠加的数据图，首先需要在数据当中添加数据。下面以图 9-13 中的数据图为例，剖析这类图表的制作方法。

① 右击数据图→在快捷菜单中选择“编辑数据”命令，然后将行业均值数据输入其中。拖动数据区域，确保新加入的数据也被涵盖其中（也就是变成淡蓝色）。退出编辑状态后，柱形图就会多出一列数据。

② 单击图表选项卡中的“更改图表类型”，图表类型选择“组合”，这时候系统就会让你选择三个数据的数据图类型。在本案例中，2015 年和 2016 年的数据以柱形图呈现，而行业均值以折线图形式呈现。在选择好类型后，单击“确认”按钮即可（见图 9-14）。



图 9-14 /

# 10

第 10 章

利用多媒体  
增光添彩

PPT 具有很多优势,其中一个就是多媒体功能强大,可以在 PPT 里嵌入旁白、音频、视频等多媒体文件。不过如何让音频、视频文件更好地与 PPT 进行结合,本章围绕这个主题进行讲解。

## 10.1

### 如何优雅地呈现音频

在 PowerPoint 2010 或以上版本中, PPT 直接可以嵌入 MP3 文件。所谓嵌入,就是将这个音乐文件和 PPT 文档绑定在了一起,无论将文件拷到哪台电脑上,都可以顺利播放(播放的电脑也需要安装 PowerPoint 2010 或以上版本)。当把光标移动到 MP3 文件上时, PPT 会自动弹出播放框,单击播放按钮即可。

#### 如何装饰音频页面

由于纯音频没有画面,但是让观众一直看着空白页面也不太好,所以通常会放置一张唱片播放机的图片,然后在旁边显示歌曲名称和演唱者的名字(见图 10-1)。这样观众一看就知道这页与音乐有关,而且操作者只需简单单击一下,就可以直接播放音乐。



图 10-1

当然，你也可以把音频页面和我们之前介绍的人物介绍页整合起来，发挥更多创意（见图 10-2）。



图 10-2

## 设置循环背景音乐

有的时候，我们并不希望单独播放音乐，而是希望将音频文件变成 PPT 的背景音乐并不断循环播放。这个需求在 PowerPoint 2010 及以上版本中也很容易实现（见图 10-3）。



图 10-3

- （1）在 PPT 文档的第一页插入 MP3 格式的音频文件。
- （2）选中音频文件，打开音频工具的“播放”选项卡，勾选“跨幻灯片播放”、“循环播放，直到停止”和“播放时隐藏”复选框，这样音频就变成背景音乐了。

(3) 但是这个时候音频在单击后会播放, 如果你希望音频自动播放, 可以展开“开始”下拉菜单并选择“自动”选项, 这样只要播放该页幻灯片, 背景音乐就会自动响起。

### 注意事项

(1) 由于系统加载需要时间, 在每次通过 PPT 播放背景音乐时, 背景音乐往往会延迟 1~3 秒才能播放, 不过对于大部分要求不高的 PPT 来说并不影响播放效果。对于音画同步要求较高的朋友, 建议将 PPT 合成为视频, 在视频剪辑的时候给视频配乐。

(2) 同理, 在年会或颁奖典礼时, 非常不建议把音频加入 PPT。一方面, PPT 播放音频时可能出现的数秒空白容易造成冷场现象; 另一方面, 放映的电脑如果在播放音乐时死机, 音乐要么卡住放不出来, 要么一直播放停不下来, 非常影响现场效果。像年会这种大型活动, 建议最好采用单独的电脑播放音频, 或者用单独的手机或平板电脑播放音频, 这样不但不会延迟, 也不用担心出现死机的情况。

## 10.2

### 如何优雅地呈现视频

有的时候我们希望在 PPT 里放一些宣传视频、采访视频等媒体文件。和音频一样, PowerPoint 2010 及以上版本对于多媒体文件有良好的兼容性。只要你把视频文件转换成 WMV 格式, 插入 PPT 当中, 无论你把 PPT 文件拷到哪里, PPT 文件里的视频都可以正常播放(播放的电脑也需要安装 PowerPoint 2010 或以上版本)。

在放映状态下, 当把鼠标指针移动到视频文件上, 就可以显示播放按钮和进度条。你可以随意播放、暂停或调整视频进度, 并且完全不用安装其他播放器, 十分方便。

如果需要放映的视频并不是 WMV 格式的，那么可以利用很多第三方软件进行格式转换。我最常用的软件是格式工厂，它可以很方便、迅速地将多种格式的视频转换成 WMV 格式。

## 如何装饰视频页面

在第 2 章讲解了网页截图和手机截图展示，其中给大家提供了手机及电脑显示器的无背景图片素材。我在播放视频的时候，也经常会用这些图片当作“外壳”来播放视频。比如在图 10-4 中，我就用电脑显示器作为视频文件的外壳，这样可以使视频播放的界面更自然，页面也更充实。



图 10-4

如果你希望视频可以全屏显示，那么选中视频文件，在“视频工具”中的“播放”选项卡中勾选“全屏播放”（见图 10-5）。



图 10-5



## 视频封面花屏怎么办

但是在处理视频的时候，个别视频的封面出现黑屏甚至花屏的现象，虽然在播放的时候一切正常，可是在做 PPT 展示时，总是有碍美观（见图 10-6）。遇到这种情况该如何处理呢？



图 10-6

我的通常做法是在视频上面盖上一张视频的截图。当然啦，也可以找出最精彩的画面进行截屏。很多播放器都有截屏功能，如果不熟悉，也可以使用系统默认的截图功能。Windows 系统的附件中有“截图工具”这个系统工具，而 Mac 电脑则可以按【Command+Shift+4】组合键进行区域截图。在截取屏幕之后，将图片置于视频之上即可。

这时候有些同学可能会问，视频的花屏是被挡住了，可是要播放视频不就看不见了么？别急啊，给图片加一个退出动画不就可以了（见图 10-7）！选中图片，打开“动画”选项卡，展开“添加动画”下拉菜单并选择“消失效果”。这样在放映幻灯片时，单击鼠标，图片就会消失，视频也就可以正常播放了。

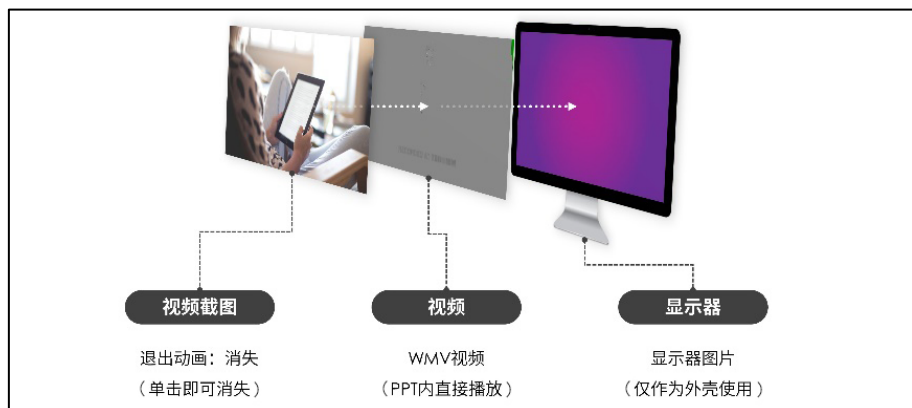


图 10-7 /

## 视频无法嵌入怎么办

也许你用的 PowerPoint 版本没有那么高，或者用的是 WPS，没办法直接把视频嵌入进 PPT 文件。那么针对这种情况，建议使用超链接。具体方法如下。

(1) 利用截图工具（系统自带或 QQ 截图均可）给视频材料截图。并将截图插入 PPT。如果想要页面更美观一些，可以把截图与显示器/笔记本外框图片结合。如果感兴趣，你还可以手动绘制一个播放按钮（圆形+三角形）。



图 10-8 /

(2) 确认视频和 PPT 文档放在同一个文件夹中。选中图片，打开“图片工具”的“插入”选项卡，选择“超链接”，在弹出的对话框中选择相应的视频，单击“确定”按钮即可。

(3) 设置完毕后，单击图片，系统会提示“是否打开播放器播放视频”，单击“是”按钮，系统就会使用播放器开始播放视频。

### 注意事项

- 请确保视频和 PPT 在同一个文件夹中，这样有助于避免在打开超链接出错。
- 如果 PPT 制作和放映并非同一台电脑，在放映前请用放映电脑检查超链接是否正常。
- 根据电脑配置不同，播放器弹出的速度也不一样，可能会有 2~5 秒的延迟。
- 如果你采用超链接的方式播放视频，那么视频格式不一定非得是 WMV，只要能电脑上的播放器上播放即可。如果电脑缺乏一个兼容性强的播放器，可以考虑：QQ 影音、PotPlayer、KMPlayer 等轻量级、打开速度较快的播放器。

### 如何处理教学短视频

在很多教学的课件当中，会用到各种时间较短的视频。而且在授课过程中，往往需要分步讲解，每次只讲解视频中的某个部分。也就是需要把视频拆成十几秒甚至几秒的短视频，逐个讲解。我接触过很多医科课件，例如触诊的手法、体内的化学反应等内容都用到了视频，可是每个视频只有 5~7 秒，非常简短。

这时建议采用 GIF 格式动图（动态图片）的方式呈现视频，动图的优势非常明显：第一，不挑版本，无论是 PowerPoint 还是 WPS，任何版本都可以随意播放；第二，不必反复单击播放，它能实现自动循环，特别适合教学讲解的小视频。

那么如何把视频转换为 GIF 格式动图呢？在这里推荐一个软件，这个软件叫作 ScreenToGif。它可以把屏幕上任何内容转化为 GIF 格式动图，具体制作步骤

如下。

1. 打开视频，找到想要播放的时间点，将视频暂停。
2. 打开 ScreenToGif 软件，调整窗口大小，把截图框移动到合适的位置，点击开始录制。
3. 软件会自动倒数 3 秒，然后正式开始录制。等到倒数结束，开始录制之后，再播放视频。
4. 等视频播放完毕后，停止录制。在 ScreenToGif 中查看获取的连续截图，你可以删除其中多余的截图。确认截图无误后，单击“完成”按钮，即可生成 GIF 图片（见图 10-9）。



图 10-9

将 GIF 格式图片插入 PPT，并且进行适当排版，就可以获得一个动态，并且自动循环播放的页面了。我曾制作过一个关于足球技术动作的课件页面（见图 10-10），页面左侧的人物图片就是从一个视频教程中截取的，该动图会自动循环播放倒地侧扑的动作，非常清晰直观。而且这个页面就是利用 GIF 格式动图制作的，在任何版本的 PPT 中都可以正常播放。



图 10-10 /

### 知识点梳理（III）

- 在文字处理方面,可以改进的主要有两个方面:突出重点以及示意图改编。
- 突出重点文字的手段,大小>颜色>粗细。所以放大字号是最有效的方法。
- 文字颜色不要求多,同一颜色可以使用两次:文字颜色、背景颜色。
- 同一页的文字如果过多且不能删减,可以尝试用三段式排版减轻观众负担。
- 在同一个文本框内,利用【Tab】键可以快速对齐多栏文字。
- 将文字内容改编为示意图是个非常好的可视化方法。职场中常见的示意图有六类:因果示意图、并列板块示意图、组织结构图、拆分与组合示意图、时间/流程图、空间/地点图。
- 对于纯图片格式的示意图,也可以用裁剪和重绘的方式进行快速优化。
- 想要使用好的图片,三个要素缺一不可:图片搜索渠道、图片搜索思维、图片处理应用。
- 当内容空洞、抽象,不好搜图时,可以遵循四种思路进行拓展:具体落地、情感共鸣、手部动作,以及网络语言。
- 如果想把图片制作成“图文三明治”中的通栏图片,有三种方法:直接裁剪图片、纯色矩形填充、渐变矩形填充。

- 图标是非常好用的装饰页面的小图片。如果拿不准图标的风格应该怎么选，那么记住：纯黑图标是百搭的，纯白图标是百变的。
- 在展示表格和数据图的时候，尽量去除无关视觉元素，弱化过多的轮廓，把无关变量变成灰色。这样才能让数据看起来更加直观。
- 多媒体方面，PowerPoint 2010 以上版本可以直接嵌入 MP3 和 WMV 文件。如果使用其他较早版本则建议通过超链接插入音频、视频文件。
- 对于教学用的时长很短的小视频，可以通过 ScreenToGif 等软件转化为动态图片，循环播放，方便展示。

# 第 4 篇

## 优化，从哪改起

试卷做完要检查，PPT 做完也要优化！掌握这些要点，让你的 PPT 更出色！

截至目前，我们已经掌握了“PART 框架”的大部分内容了：看似千变万化的排版居然可以总结出四大架构：文字、图片、图表和媒体。在最后的这一个章节当中，我们要对已经制作好的 PPT 文档进行检查、调整和优化。



# 11

第 11 章

PPT 常  
见错误

在 PPT 制作完成之后，仍然有很多细节需要注意的。下面我就以以下 PPT 页面为例（见图 11-1），详细剖析一下可能会出现的细节问题。



图 11-1

## 11.1 配色过多或过少

配色问题通常会出现两个极端，过多和过少。很多朋友在做 PPT 的时候，希望用不同的色彩强调不同的内容，于是页面做完之后过于色彩斑斓，这是用色过多的表现（见图 11-2）。

不过颜色特别多的情况出现的并不多，相反，有的学员会面临用色过少情况——同一个颜色不停地用，正着用完了反着用。这么折腾下来，什么好看的颜色都得看烦了（见图 11-3）。

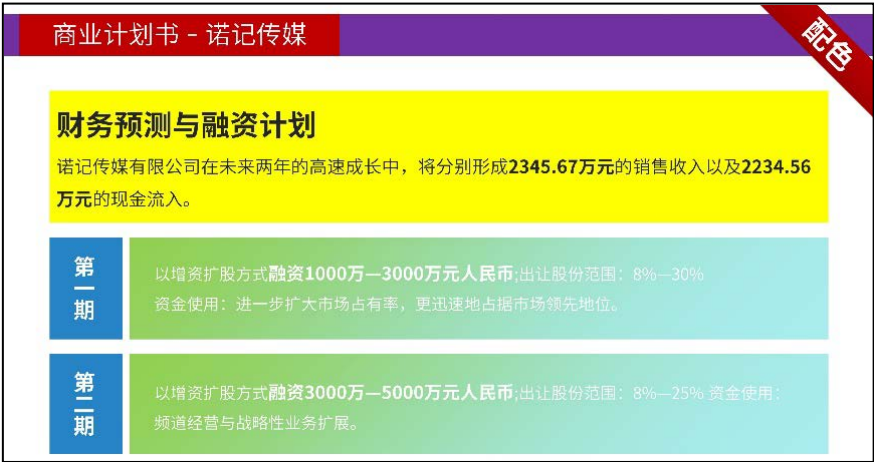


图 11-2 /



图 11-3 /

颜色多了也不对，颜色少了也不对，那该怎么办呢？这个时候就该请出色彩中的万金油了。所谓万金油，就是百搭的配色，我最常用的就是黑色、白色、灰色三色。就像在时装界，黑色、白色、灰色是永恒的经典，而在 PPT 里，黑色、白色、灰色也万能的配色，和任何颜色都可以搭配得很好。

关于配色请大家记住两点：第一，尽量把色彩面积控制在 10%-30%之间，太

多了感觉花哨，太少了感觉单调；第二，颜色种类尽量少，比如使用同一种颜色搭配黑色、白色或灰色。如果想使用多个颜色，也尽量采用近似或者同色系的颜色，比如深绿和浅绿搭配、蓝色和绿色搭配等，这样比较不容易出现色彩不和谐的情况。

## 11.2 内容缺乏板块

第二个比较常见的问题是缺乏板块划分。同样的内容，如果留白不够，分割不够，就会让观众觉得页面上全是字（见图 11-4）。所以在做完之后，一定要重点关注这类页面，一旦出现了就要立刻拆分及调整。



图 11-4

## 11.3 线条轮廓过多

我们在上下架构中讲解了如何打造清晰的内容板块。常用的分割方法是利用直线和矩形这两类元素划分板块。如果页面板块太多，就不建议用矩形了，尤其是轮廓特别明确的矩形，因为它们会让页面看上去充满线条（见图 11-5）。可以把镂空矩形变为实心无轮廓的矩形，或者直接变成直线。



图 11-5 /

## 11.4 圆角矩形倒角不一致

无论是划分板块还是绘制示意图，圆角矩形是最常用的形状之一。可是圆角矩形也有缺点，首先就是圆角矩形的倒角如果太圆润了，就会显得页面线条不够稳重，低龄化；同时，不同面积的圆角矩形，倒角也会不一样，造成轮廓不统一。如果在页面内大量使用圆角矩形，请务必注意圆角矩形的四个角不要太圆润，并且将不同圆角矩形的倒角调整一致（见图 11-6）。



图 11-6 /

## 11.5 特殊字体

我在做 PPT 时很少使用特殊字体，无论是气势恢宏的毛笔字体还是机灵可爱的卡通字体。因为特殊字体保存在你的电脑上，当把 PPT 发送给其他没有该字体的同事时，特殊字体都会变成默认的宋体。

我的建议是，如果特殊字体只是偶尔用来装饰页面的话（见图 11-7），可以把字体转换为图片（剪切，然后将其粘贴为图片）。如果你的 PPT 的确有必要使用大量特殊字体的话，那么尽量发给别人不可编辑的 PDF 文档，避免文字字体出错。



图 11-7

12

第12章

PPT 流  
程检查表

## 12.1 PPT 制作流程表

本书希望为你提供一个清晰明确的 PPT 制作思路,以便提高 PPT 的制作效率。可是很多朋友在制作 PPT 的时候都会遇到“道理我都懂,就是不知道下一步该做什么”的情况。所以,除前文所提及的众多技巧和思路外,我还为大家准备了一张工作流程表。这份表格把本书中提及的技巧按照操作流程的顺序依次列出,读者不妨把这张表格打印出来,作为工作流程的参考(见表 12-1)。

表 12-1

检查事项	明细	签
1 模板、配色、字体	在日常工作中建议固定使用一套模板、颜色、字体。也可以使用公司统一的模板	
2 内容输入,确定大致页数	将相关内容输入或者复制粘贴到 PPT 页面当中,大致完成文档内容的页面安排	
3 制作重点页面,确定风格	通常公司模板已有封面,只需要输入标题即可,注意添加对比效果。另外根据封面改造一个章节页,作为每个章节的小封面	
4 与相关方沟通	如果你没有采用已有模板,而是重新在网上下载或者自己制作模板,此时需要和相关方(导师、客户、领导)确认风格是否合适,避免返工	
5 制作亮点页	如演示时间较长(30-90 分钟),建议每隔 5-10 分钟安排一个亮点页(章节页/提问页/结论页)。亮点页可以采用统一的格式,但一定要与正文页有区分	
6 确定页面架构,素材摆放位置	从四大架构中选择所需的模型。确认除了文字,可能还需要什么其他素材(配图、示意图、多媒体)等,把所需的位置留出来	
7 对大量文字进行拆分	对于纯文字页面,化整为零。把大段文本拆解成多个平行板块	
8 每页提炼中心结论	每页提炼一个中心观点,帮助观众第一眼就能看到页面核心主题。将中心观点放置于页面顶部	
9 插入图片,处理图片	开始搜索配图,并且对图片进行相关处理	
10 绘制并优化示意图	对于复杂抽象的内容进行示意图改编,帮助观众理解内容	
11 整体风格检查,内容检查	检查配色、错别字,检查配色与排版是否存在重大问题	
12 与相关方沟通	此时再次与相关方(导师、客户、领导)进行确认	



续表

检查事项	明细	签
13 设计 PPT 相关动画	如果有需要设计动画，请务必确认内容无误。因为设计动画之后如果再修改内容，很可能出现动画效果错乱	
14 排练试讲，设计互动	为演示排练准备，设计演讲时的措辞与肢体动作	
15 完成演示	进行实际演示	

表格制作：诺壹乔      微博/公众号：@懒人诺壹乔      邮箱：chotjoy@foxmail.com

12.2 PPT 完工检查表

当初我在制作 PPT 后没少挨骂，原因并不是因为技术不够，而是因为制作太着急，完工之后又没有养成检查的习惯，因此在 PPT 演示过程中犯了很多低级失误。可见，在提交 PPT 前对其进行一次详细的检查是很有必要的。

如果你对 PPT 觉得不太满意，却又不知道该从哪里开始检查或调整，可以对照这个表格进行检查，这个表格基本覆盖了常见的 PPT 错误与问题（见表 12-2）。

表 12-2

总体检查	签
1 模板、配色、字体检查	模板是否符合标准，主题颜色是否与模板匹配，字体是否合适
2 特殊字体检查	特殊字体少可以转化为图片，或者发送 PDF 文件。对方如需编辑，那么在发送邮件时应配套发送字体文件。
3 错别字检查	仔细检查文字是否有拼写错误
4 放映 PPT 的电脑及 Office 版本	确认实际演示时是采用本人电脑还是公用电脑，并确认放映电脑的 PPT 版本
5 是否对文档进行了备份	对于重要的 PPT，可以利用 U 盘进行备份，以免电脑出错造成损失
6 配套素材是否齐备	如果需要播放多个 PPT，确认文档是否齐全，音频、视频文件是否可以正常播放
7 目录是否更新	检查目录标题、章节页标题、每页顶部标题三者是否一致

续表

结构检查		签
8	亮点页是否足够清晰	亮点页包括章节页、提问页、结论页等。要求：内容要足够少，一眼就能看到重点；反差要足够大，让观众眼前一亮
9	每页是否有明确结论，大量文字是否提炼了小标题	每页以及每个板块的内容都要围绕着一个主题展开，标题文字要足够明确，方便观众识别与理解
10	多主题页面板块是否清晰	检查页面上不同模块之间是否排版工整，轮廓清晰
风格检查		签
11	所使用到的各种颜色是否协调	如果一个页面上采用了多种颜色，请确保不同颜色之间的深浅大致相同，不要出现反差较大的情况
12	颜色所占比例是否合适	除图片以外，页面上带颜色的文字和图形占比大致在10%-30%之间较为合适
13	页面上线条是否过多	如果页面出现了表格或者大量内容板块，就容易出现线条较多的情况，需要对于线条进行简化：表格“要横不要竖”；板块变镂空为实心或简化为直线
14	圆角矩形的倒角是否统一	不同大小的圆角矩形，四个倒角的圆润程度很可能不同，需要手动统一。如果来不及统一，可以考虑替换为普通直角矩形。
15	检查动画顺序、时间是否正确，音频、视频是否正常播放	在正式演示之前，一定要在放映状态下播放检查页面切换动画与内部元素动画是否正常，音频、视频是否正常播放。

表格制作：诺壹乔      微博/公众号：@懒人诺壹乔      邮箱：chotjoy@foxmail.com

知识点梳理（IV）

- PPT 制作完成之后，要检查是否犯了 5 大常见错误：配色过多/过少、内容缺乏板块划分、线条轮廓过多、圆角矩形倒角不一致、艺术字过多。
- 在开始 PPT 制作工作前，可以将 PPT 制作流程表和 PPT 完工检查表打印出来，以便在制作的过程中随时对照、检查。

附录 A

# 关于 PPT 的 12 个问题

**问题 1：除了熟悉四大核心布局和相关的操作，还有什么技巧可以帮助提高 PPT 制作效率？**

**答：**有，快捷键。

对于一个打字高手来说，单手打字的效率和双手打字的效率简直有天壤之别。做 PPT 也是一样，我强烈建议大家在制作 PPT 的时候使用快捷键，将一部分操作从鼠标中解放出来，这样可以明显提高 PPT 的制作效率。这里只说我个人高频使用的五组快捷键。

#### **【Ctrl+D】组合键（复制）**

用途一：复制页面排版

在排版完一页 PPT 之后，如果下一页 PPT 的排版与当前页面类似，那么不必新建幻灯片，直接按**【Ctrl+D】**组合键复制一份，然后直接在生成的副本中修改内容即可，不必再重新排版。

用途二：保留页面备份

在你要对页面进行美化或者大幅度修改的时候，建议在修改前先使用**【Ctrl+D】**组合键给页面复制一个副本，在副本上修改。如果修改结果满意，可以放心删掉原稿。如果修改结果不满意，就可以删掉副本，回到原稿的初始状态重新修改，这相当于给自己留了条后路。

#### **【Ctrl + Shift】组合键+鼠标左键拖曳（平行复制）**

当绘制好了三个并列元素中的其中一个，这个时候只需要选中绘制好的元素，按住**【Ctrl+Shift】**组合键然后拖曳一下，将元素拖曳到合适的位置再松开鼠标。这个时候就会发现复制和移动可以一次完成，而且元素只会沿着水平/垂直方向移动，十分方便。

#### **【Ctrl】键+鼠标滚轮（缩放页面）**

当需要移动或者拖放一个面积较小的元素时，缩放角标在页面中很紧凑，不容易选中。这时候可以利用**【Ctrl】**键+鼠标滚轮放大页面，这样就可以很容易看

清元素的位置了。

同理，如果你在页面中插入了一张非常大的图片，目前的视角只能看到页面的一部分，也可以缩小页面，以便对图片进行编辑。

### 【Shift】键+方向键（缩放元素）

假设你需要同时按照相同的比例放大四张图片。你只需要选中四张图片，然后按下【Shift】键+上方向键或右方向键，即可实现四张图片同时缩放。

### 【Ctrl+S】组合键/【F12】键

基本每隔一分钟，或者每次大幅度改动之后，我都会条件反射般地按【Ctrl+S】组合键。这个习惯已经无数次把我从死机和软件崩溃的悲剧中拯救过来了。

当需要调整的不是单个或多个页面，而是涉及到整个文章风格或者重做的时候，我会在第一时间按【F12】键保存一个底稿。这样万一领导意见反复，或者临时觉得原稿中的某几个页面有利用价值，就可以及时返回寻找。

### 问题 2：用 PPT 绘制形状时，有什么注意事项吗？

答：有两件事是需要注意的。

第一，按【Shift】键可以画出标准形状：正方形、等边三角形、圆形等（见图 12-1）；

第二，如果插入的形状上出现黄色正方形，那么说明此形状可以进一步微调，比如调整倒角的圆润程度、调整顶点位置等。



图 12-1 /

### 问题 3：可以去哪里下载模板？

答：如果你所在的公司拥有一整套完整的模板，那当然好；但是如果你所在的公司并没有标准 PPT 模板，那么也有其他解决方法，例如下载一套优秀的模板，作为你的常用模板。

在网上有很多 PPT 模板网站，推荐以下五个优秀的网站。

- (1) OfficePLUS（微软官方资源下载，免费且质量高）
- (2) PPTSTORE（收费模板居多，要求严且质量高）
- (3) 演界网（锐普旗下的 PPT 模板及素材网站，收费的、免费的都有）
- (4) 51PPT 模板网（免费，资源丰富）
- (5) 稻壳儿网（金山公司 WPS 的模板素材网站）

另外还有很多优秀的网站，例如变色龙网、逼格 PPT、HiPPTer、PPTFans 等，在此就不再一一推荐了。

### 问题 4：到底需不需要用 PPT 翻页笔？

答：我认为是需要的。如果不用翻页笔，主讲人就很可能被迫与电脑绑在一起了。如果靠别人操作，则需要增加额外的排练，费时费力。在选择翻页笔的时候要注意两个问题：一是尽量选择接收器可内置的，因为接收器一旦丢失，翻页笔也就没用了；二是尽量选择 7 号电池的翻页笔。市面上有的翻页笔采用 9 号电池，一旦没电非常不好买，容易耽误事儿。

我一般只使用翻页笔的上翻页、下翻页两个功能，很少使用激光笔，而其余林林总总的功能就更少用了，所以我认为更多要考虑的是翻页笔的手感和接收距离，其功能方面的差别并不是很重要。

### 问题 5：为什么更改了 PPT 的背景填充方式，但是页面没有反应呢？

答：因为被幻灯片母板里的图片盖住了。背景填充颜色可以被母板盖住，而母板又可以被直接插入的图片盖住。所以如果 PPT 模板中的背景是加在幻灯片母

板中的，那么无论怎样修改页面背景，都会被遮挡住。

#### 问题 6：为什么将 PPT 保存为图片时总是比较模糊，如何保存为高清图片？

答：这里提供两种方法，可以根据需要选用。

##### 1. 一劳永逸版：修改注册表

通过修改注册表的方法，可以破解 Office 对分辨率的限制。具体修改注册表的方法比较复杂，感兴趣的朋友们可以在微信公众号@懒人诺壹乔上回复“输出图片”，即可查看教程。

在修改完注册表之后，只要是这台电脑上的 PPT 文件，在保存为 JPG 格式之后，所有的图片都将会是 300DPI 分辨率的高清图片了。

##### 2. 迂回曲折版：生成 PDF

另一个简单点的办法就是将 PPT 保存为 JPG 文件格式，然后利用 Adobe Acrobat 之类的工具将 PDF 另存为 PPT，效果也比直接保存理想得多。

#### 问题 7：PPT 内图片较多，PPT 太大，发邮件不方便怎么办？

答：可以通过压缩图片实现。在 PowerPoint 2010 以上版本中，选中某张图片，打开“图片”中的“格式”选项卡，选择“压缩图片”功能。通常 150DPI 的分辨率就足够了，当然也可以根据需要，自由选择更高或更低的分辨率。

注意：压缩图片为不可逆操作，压缩后的图片无法恢复为原来的高分辨率，也无法重新调整裁剪范围，请注意保留原稿！

#### 问题 8：要求每页 PPT 都要有公司 LOGO，如何快速处理？

答：如果每页都需要放置公司 LOGO，可以打开“视图”选项卡并选择“幻灯片母板”选项，在最顶端的母板中插入公司 LOGO。这样所有幻灯片上都会出现公司 LOGO 啦。

问题 9: 我想在 PPT 里给图片设置模糊效果, 怎么刚选择好, 图片就消失了?

答: 在 PowerPoint 2010 以上版本中, 有的时候选择某种特效会出现图片消失的情况 (例如模糊效果)。这个时候只需要把原始图片剪切并粘贴一下, 选择粘贴为图片。这时候再设置模糊特效即可。

问题 10: 如何让 PPT 自动播放?

答: 在“切换”选项卡中, 可以看到“换片方式”选项 (右侧)。一般有两个选项: 第一, 单击切换页面; 第二, 定时切换页面。如果你希望实现 PPT 自动播放, 那么可以勾选“定时切换页面”并设置适当时间。

问题 11: 我想利用 PPT 制作一个视频, 如何给 PPT 页面设置合适的切换时间?

答: 可以通过“排练计时”功能实现。在幻灯片放映菜单中, 选择“排练计时”功能, 然后完整地按照你认为合适的时间播放一遍幻灯片, 在退出的时候选择“保留排练计时时间”。这样每个页面的切换时间就会自动保留在“切换”菜单中, 导出为视频也就方便多啦!

问题 12: 有必要安装 PPT 插件吗?

答: 如果你是名 PPT 爱好者, 会高频率地接触 PPT, 可以安装一些 PPT 插件节省时间。不过这些插件仅限于在 Windows 系统下 Microsoft Office 的 PPT 软件中使用, 在 Mac 系统或者 WPS 中是不可以使用的。

这里推荐三款插件: iSlide 插件 (日常使用很方便, 学习门槛低)、Onekey 插件 (功能强大, 适合 PPT 钻研爱好者)、PA 插件 (口袋动画, 特效神器)。这几个插件只需要百度名称就可以找到官网下载啦。另外提醒读者, 如果电脑配置不高, 请不要同时安装过多插件, 否则可能会导致 PPT 启动速度变慢。